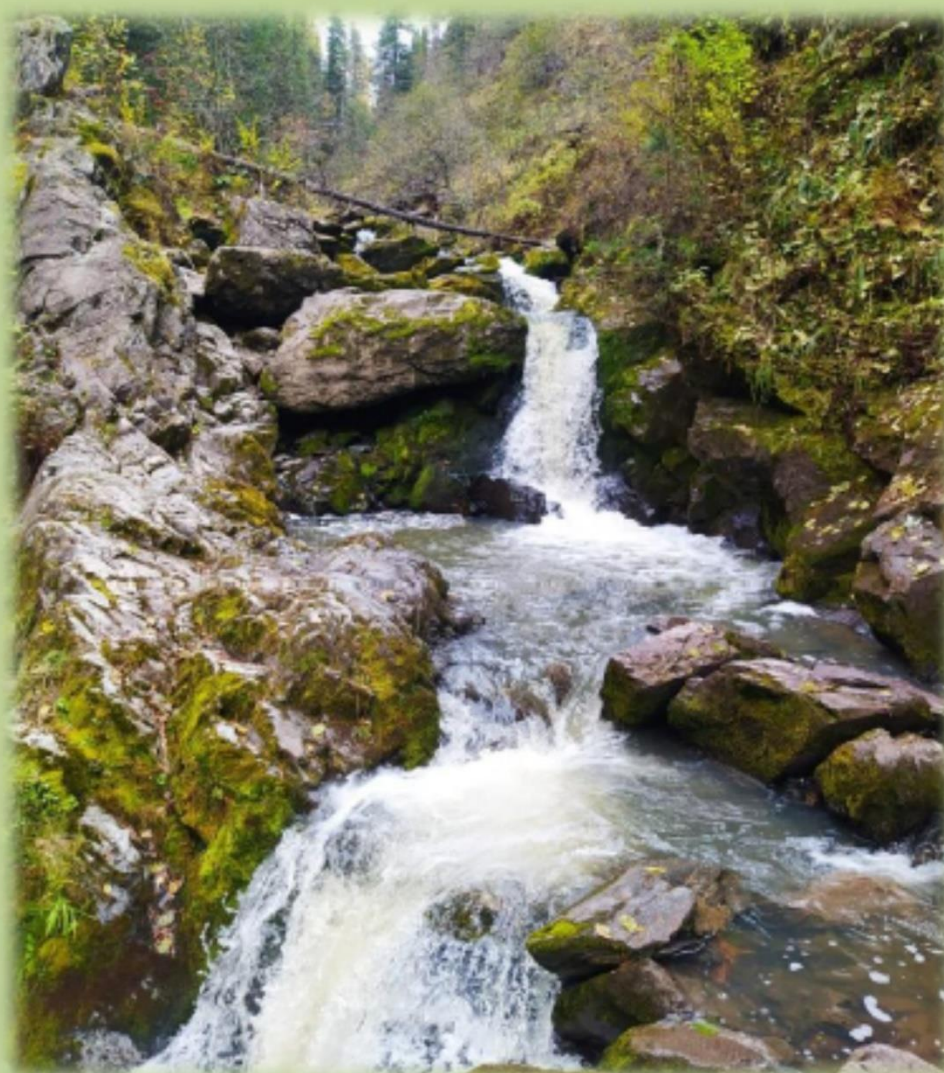


ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

**Сборник материалов
Международной научно-практической конференции**

19-20 апреля 2023 г., г. Горно-Алтайск



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство образования и науки Республики Казахстан
Министерство туризма Республики Алтай
Горно-Алтайский государственный университет (Россия, г. Горно-Алтайск)
Международный инженерно-технологический университет
(Казахстан, г. Алматы)
Центр развития туризма и гостеприимства Горно-Алтайского государственного
университета (Россия, г. Горно-Алтайск)

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Сборник материалов
Международной научно-практической конференции
19-20 апреля 2023 г., г. Горно-Алтайск

Под общей редакцией
кандидата экономических наук, доцента Т. А. Куттубаевой
кандидата экономических наук, доцента Н. И. Клепиковой

Горно-Алтайск
БИЦ Горно-Алтайского государственного университета
2023

УДК 338.48:332.1
ББК 65.433
Т87

Рекомендовано редакционно-издательским советом
Горно-Алтайского государственного университета

Рецензенты:

А. В. Глотко, д.э.н., профессор кафедры экономической теории
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»

Ю. Г. Газукина, к.э.н., декан экономико-юридического факультета
ФГБОУ ВО ГАГУ

Туризм как фактор устойчивого развития региона : материалы
Международной научно-практической конференции, 19-20 апреля 2023 г.,
г. Горно-Алтайск / под общей редакцией Т. А. Куттубаевой, Н. И. Клепиковой.
– Горно-Алтайск : БИЦ ГАГУ, 2023. – 400 с. – ISBN 978-5-91425-189-2– Текст :
электронный.

ISBN 978-5-91425-189-2

В сборник включены статьи ученых и практиков, работающих над проблемами устойчивого развития туризма. Статьи раскрывают современное состояние туристско-рекреационной деятельности в регионах, факторы и условия, влияющие на развитие туристско-рекреационной деятельности в регионе, экономические, социальные и правовые аспекты развития туризма в регионе, а также современное состояние и перспективы развития различных видов туризма и др.

Материалы конференции представляют интерес для специалистов, работающих в области туризма, научных работников, преподавателей и студентов учебных заведений. Статьи печатаются в авторской редакции.

Сборник материалов Международной научно-практической конференции зарегистрирован в РИНЦ и размещен на сайте Научной электронной библиотеки elibrary.ru.

ISBN 978-5-91425-189-2

© Горно-Алтайский государственный университет, 2023
© Казахстанский инженерно-технологический университет, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1 Современное состояние туристско-рекреационной деятельности в регионах

<i>Приходько Т.П.</i> Современное состояние туристической индустрии в России и Новосибирской области	7
<i>Akhetov A.S.</i> Tourism development in Kazakhstan	11
<i>Цёхла С.Ю., Стахно Н.Д.</i> Проявления избыточного туризма: сезонные проблемы туризма в Крыму.....	14
<i>Иванов И.Я., Винокурова М.А.</i> Анализ рынка туристских баз в Республике Саха (Якутия)	17
<i>Кобызев Н.С.</i> Анализ динамики туристского потока в обеспечении устойчивого развития Алтайского региона	21
<i>Орлова О.Н.</i> Влияние туризма на устойчивое развитие Республики Алтай	25
<i>Поп Е. Н., Мирзоян Ж. В.</i> Некоторые аспекты развития туризма в Онгудайском районе. ...	28

2 Факторы и условия, влияющие на развитие туристско-рекреационной деятельности в регионе

<i>Кобызев Н.С.</i> Объекты супраструктуры в системе формирования сети туристских маршрутов на примере сквера Нагорный г. Бийска Алтайского края.....	32
<i>Abdirazakov N.</i> Enhancing the quality of hospitality and tourism education in Kazakhstan: opportunities and challenges	36
<i>Kantarci K., Kuttubaeva T.A., Başaran M.A.</i> Sustainability of Altai tourism and climate change as a main threat.....	40
<i>Kantarci K., Başaran M.A., Kuttubaeva T.A.</i> Role of destination data management for sustainable development in tourism; Altai case.....	47
<i>Рыбальченко Н.П., Андреева Л.А.</i> Влияние кризисных ситуаций на развитие туристической сферы в Запорожской области	51
<i>Содииков Ш. А.</i> Туристско-рекреационный потенциал Гиссарской долины Республики Таджикистан	55
<i>Шитов А.В., Мердешева Е.В., Банникова О.И.</i> Природные достопримечательности - основа развития туристско-рекреационной отрасли Республики Алтай	58
<i>Кобызев Н.С., Васильева А.И.</i> Сравнительный обзор природных ресурсов в Алтайском крае и Республике Алтай для развития туризма	62
<i>Байлагасов Л.В.</i> Организация памятников природы регионального значения – перспективный путь сохранения уникальных природных объектов Горного Алтая	66
<i>Слинкова О.К., Патрусова А.М.</i> Предпринимательская активность как фактор устойчивого развития сферы туризма	70

3 Экономический, социальный и правовой аспекты развития туризма в регионе

<i>Адарина Р.Т.</i> Анализ туристского рынка для инвестиционных проектов, реализуемых в локации Телецкого озера.....	76
<i>Крашенинина В.Г., Чиконова Л. В.</i> К вопросу о развитии туризма и доступе граждан к природным ресурсам	81
<i>Мотина Е.В., Глотова Н.И.</i> Диверсификация туристической отрасли: необходимость и реальность (на материалах Алтайского края)	89

4 Разработка модели устойчивого развития туризма в регионе

<i>Рассохина Т. В.</i> Стратегия формирования экосистемы устойчивого туризма туристских территорий.....	93
<i>Фролов Г.А.</i> Модели реализации механизмов устойчивого развития предприятий санаторно-курортного комплекса	97
<i>Бальцер А.А.</i> Алгоритм внедрения сетевых механизмов организации в деятельность санаторно-курортных предприятий	101

5 Организация туристско-рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях

<i>Мельникова Т.Б.</i> Методические подходы к типологизации особо охраняемых природных территорий с позиции их вовлеченности в муниципальное развитие.....	106
<i>Беркимбаев Т.Б., Дунец А.Н.</i> Проектирование туристских троп в ООПТ.....	109
<i>Дега Н.С.</i> Водные объекты особо охраняемых природных территорий - природный потенциал для развития экологического туризма в Карачаево-Черкесской Республике.....	113
<i>Селезнева Е.В., Ротанова И.Н.</i> Возможности организации эколого-туристической деятельности на трансграничной природоохранно-туристской территории Западного Алтая.....	118
<i>Кудряшова Н.И., Винокурова М.А.</i> Экологический туризм как способ охраны территории в Якутии на примере национального парка «Ленские столбы».....	122
<i>Перепечаева Е.А., Ивлиева О.В.</i> Экотуризм на территориях заповедников Северного Кавказа, как ключевой аспект развития устойчивого развития региона.....	125

6 Влияние туристско-рекреационной деятельности на устойчивое развитие региона

<i>Ельчиногова О.А., Кузнецова О.В., Дементьева О.К., Кудачинова А. А.</i> Влияние туристско-рекреационной деятельности на показатели долгосрочной диагностики изменений свойств почв на территории, прилегающей к Телецкому озеру (Горный Алтай).....	129
<i>Салаутова Д.М.</i> Основные тенденции развития экономики Улытауской области Республики Казахстан.....	133
<i>Клепикова Н.И.</i> Увеличение туристического потока и его влияние на деятельность регионального оператора в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами.....	138

7 Состояние и особенности развития сельского туризма в регионе

<i>Глотова Н.И.</i> Органический сельский туризм: потенциал развития в условиях современной реальности.....	141
<i>Баринова Н.Г., Гордиенко О.Н.</i> Проблемы и перспективы развития сельского туризма в предгорной зоне Алтая.....	146
<i>Танина А.В.</i> Развитие сельского туризма в Ленинградской области на основе целей устойчивого развития.....	149
<i>Лесных Е.А.</i> Перспективы развития туризма и производства экологически чистых продуктов в Алтайском крае.....	153
<i>Стародубцева В.С.</i> Эффективность сельского туризма для сельскохозяйственных товаропроизводителей.....	157

8 Проблемы и перспективы развития отдельных видов туризма

<i>Ахметова Р.И., Газизуллин Р.Р.</i> Анализ состояния спортивного туризма в Республике Татарстан.....	161
<i>Гайсин И.Т., Валиев М.Р., Калимуллина Р.Р.</i> Разработка экскурсионного маршрута «По следам татарского мусульманского богослова Ш.Марджани».....	166
<i>Сафонова О.В., Сафонова В.Ю., Окашева Н.А., Худякова Н.Е.</i> Развитие научного туризма в Республике Алтай.....	171
<i>Янковская К.Г., Кобылина А.П.</i> Развитие экологического туризма на территории Республики Алтай.....	174
<i>Байлагасов Л.В.</i> О перспективах развития паломнического туризма в Республике Алтай.....	178
<i>Шабданова А.Т.</i> Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы.....	183

9 Проблемы и перспективы развития этнографического туризма в современных условиях

<i>Баутиста Х., Рычкова П.В., Шабалина С.А.</i> Разработка этнографического маршрута из Казани до Ижевска.....	187
<i>Бондаренко С.И.</i> Проблемы и перспективы развития этнографического туризма в Западной Сибири.....	191

<i>Тадина Н.А.</i> Этнографический туризм по Чуйскому тракту: история и современность	195
<i>Куликова Е.Н., Ротанова И. Н.</i> Скансен как перспективное направление для развития этнографического туризма в Восточном Казахстане	200
<i>Екеева Э.В., Барбачакова Д.А.</i> Состояние развития этнического туризма в регионах России	207

10 Роль и особенности развития лечебно-оздоровительного туризма

<i>Кучукова А. Б.</i> Роль и развитие медицинского туризма в Кыргызстане.....	211
<i>Леушина О.В., Щетинина Н.А., Зотова Е.Г.</i> Современный лечебно-оздоровительный туризм: зарубежный опыт и отечественная практика	217
<i>Нюренбергер Л.Б., Петренко Н.Е.</i> Обзор рынка услуг лечебно-оздоровительного туризма Новосибирской области	219
<i>Северюков И.Ю., Лучина Н.А., Аршинова А.А.</i> Содержание и особенности лечебно-оздоровительного туризма	223
<i>Syzdykova D.M.</i> Trends in the improvement of medical and health tourism in the territory of Kazakhstan	227

11 Современное состояние и перспективы развития детского и молодежного туризма в регионе

<i>Удалых С.К.</i> Современное состояние и перспективы развития молодежного туризма (на примере Байкальского региона)	231
<i>Петренко Н.Е., Курнявкин А.В., Киселёв С.П.</i> Развитие детского туризма в Новосибирской области	236
<i>Окашева Н.А., Rogozina E.V., Сафонова О.В.</i> Изучение межвидовых гибридов картофеля на территории туристической базы «Асыл» с целью развития детского агротуризма в Горном Алтае	238

12 Развитие рынка туристских услуг в условиях цифровой трансформации

<i>Маневич Я.В.</i> Цифровизация документооборота в туризме	243
<i>Латышев О. Ю., Вагена А., Латышева П. А., Луизетто М.</i> Применение технологий цифрового кочевничества в сфере туризма.....	246
<i>Соболевская Т. Г.</i> Трансформация экономических отношений в индустрии туризма под влиянием цифровых технологий	252
<i>Петренко Н.Е., Попова А.А., Маневич Я.В.</i> Роль информации в развитии современной сферы услуг туризма и гостеприимства	256
<i>Губкина Е.В., Меркулов Д.И., Феоктистов В.С.</i> Моделирование транспортного потока на перекрестке с крестообразным движением в туристический сезон	260
<i>Поп Е.Н., Насырова В.В.</i> Информационные технологии в управленческих решениях туристского предприятия	265
<i>Пахтаков Т. Н., Петрова Е. А.</i> Разработка информационной системы по организации деятельности Комитета по охране, использованию и воспроизводству объектов животного мира Республики Алтай	270

13 Система продвижения туристских услуг как фактор устойчивого развития сферы туризма

<i>Abdirazakov N.</i> Use of youtube in promoting Kazakhstan's tourism.....	275
<i>Демеуова Г.Б.</i> Роль и значение PR в сфере туризма	278
<i>Кудрявцева А.В., Куттубаева Т.А.</i> Оценка влияния факторов на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории	282
<i>Алексеев Т.Н., Игнатова А.Д.</i> Анализ каналов распространения информации и рекламы туристских услуг г. Караганды	288
<i>Ердават А.М., Алибекова Ж.</i> Технология продвижения туристского продукта	292

14 Развитие гостиничного дела в современных условиях

<i>Доскалиева Б.Б., Жетписов С.У., Вавринюк Г.В.</i> Совершенствование управления персоналом в индустрии гостеприимства	296
---	-----

<i>Савутькова А.В.</i> Экологические аспекты деятельности гостиничных предприятий	301
<i>Баскакова И.В.</i> К вопросу о современном состоянии и перспективах развития профессии экскурсовода	305
<i>Коберник В.А., Кудрявцева А.В.</i> Сравнительный анализ современных систем бронирования (на примере «Sabre» и «Сирена-Тревел»).....	309
15 Проблемы и перспективы развития туризма глазами студентов	
<i>Архипова Д.А.</i> Туристические проекты Алтай как фактор устойчивого развития региона .	312
<i>Быкасова И.А., Казарманова Д.Р., Почесюк А.А.</i> Применение цифровых технологий в развитии туризма на примере Алтайского края.....	316
<i>Генинг В.С.</i> Роль цифровых технологий в сфере туризма	320
<i>Дмитриева О.В.</i> Проблемы и перспективы развития этнографического туризма в Республике Алтай	324
<i>Данько С.В.</i> Значение социологических исследований в туризме	327
<i>Захарова В.С.</i> Перспективы развития сельского туризма в Кондинском районе Ханты-Мансийского автономного округа - Югры на примере п. Половинка.....	329
<i>Кампеева М.И.</i> Перспективы развития сельского туризма в Республике Саха (Якутия).....	333
<i>Касаева А.М.</i> Роль цифровых технологий в развитии малых туристических дестинаций на примере села Зенково и села Кышик	337
<i>Кузнецова А.В.</i> Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае	341
<i>Nikiforova M.R.</i> Opportunities for the development of tourism in Kazakhstan	345
<i>Мохначевская И. Е.</i> Перспективы внедрения туристского маркетинга для продвижения турпродуктов на территории Республики Саха (Якутия)	348
<i>Пантюшина Д.Д., Сундигов К.М.</i> Положительное влияние туристической деятельности на устойчивое развитие региона на примере Алтайского края.....	350
<i>Проценко М.И.</i> Монументальное искусство Караганды как объект туристского интереса.	354
<i>Румянцева Е.А.</i> Карельская культура как ресурс для развития этнотуризма в Тверской области	358
<i>Сидорова А.А.</i> Туристский потенциал г. Торопец (Тверская область)	362
<i>Степанова Д.Н.</i> Использование принципов семиотики при разработке рекламно-информационных материалов для сферы туризма	366
<i>Самарханова А.Д.</i> Классификация и характеристика инструментов продвижения туристской территории в условиях цифровой трансформации информационных материалов для сферы туризма.....	368
<i>Шырынбекова А. Н.</i> Устойчивое развитие маркетинговой деятельности туристского предприятия.....	372
<i>Филенко О., Черненко А.</i> Выявление уровня развития экскурсионной сферы в Казахстане	375
<i>Халгаева А.В.</i> Кинотуризм как перспективный вид культурно – познавательного туризма в Республике Саха (Якутия)	380
<i>Цаплин Т.А.</i> Кластерный подход как метод актуализации устойчивого развития территории	383
<i>Тохтарова Г.</i> Агротуризм и его развитие на территории Алматинской области.....	387
<i>Потапова Л.Е.</i> Развитие экологического туризма в современных условиях	392
<i>Овезова Д.О.</i> Совершенствование рекламной деятельности туроператора в современных условиях	394

1 Современное состояние туристско-рекреационной деятельности в регионах

УДК:338.48

Современное состояние туристической индустрии в России и Новосибирской области

Приходько Тамара Петровна

*преподаватель высшей квалификационной категории кафедры бизнеса в сфере услуг, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (НГУЭУ), г. Новосибирск
kaf-bsu-lab@nsuem.ru*

Аннотация. Развитие внутреннего туризма в России, является одним из приоритетных направлений деятельности государственной политики и экономики в целом. Представленная работа раскрывает современное состояние отрасли туризма и гостеприимства в России. Определены проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в России и Новосибирской области. Дана характеристика видам туризма и наиболее востребованными направлениями отдыха путешествующих российских и иностранных туристов. Приводятся цифры действующих туристических фирм и средств размещения.

Ключевые слова: туризм, отель, турист, услуга, санаторное – курортное лечение, регион, Россия, направление деятельности.

The current state of the tourism industry in Russia and the Novosibirsk region

Prikhodko Tamara

*teacher of the highest qualification category, Department of Business in the service sector, Novosibirsk State University of Economics and Management «NINH» (NGUEU), Novosibirsk
kaf-bsu-lab@nsuem.ru*

Annotation. The development of domestic tourism in Russia is one of the priorities of state policy and the economy as a whole. The presented work reveals the current state of the tourism and hospitality industry in Russia. The problems and prospects of the development of domestic tourism in Russia and the Novosibirsk region are identified. The characteristics of the types of tourism and the most popular destinations of recreation for traveling Russian and foreign tourists are given. The figures of existing travel agencies and accommodation facilities are given.

Keywords: Tourism, hotel, tourist, service, sanatorium – resort treatment, region, Russia, direction of activity.

Актуальность темы статьи связана с изучением перспектив развития внутреннего туризма и гостиничной индустрии в Российских регионах.

По статистике, траты на отдых в России за летний период 2022 года россиян увеличились на 34% больше, чем в 2021 году. Туроператоры создают новые интересные туры по всей стране, привлекая туристов, путешествующих ранее за границей. С экономической точки зрения, туризм с огромной скоростью стал развиваться в России за последнее время, что приносит не плохую прибыль для турагентств, отелей и санаториев в регионах.

Несомненно, туризм – одна из наиболее важных сфер деятельности современной экономики, которая нацелена на удовлетворение потребностей людей и повышение их качества жизни [1]. Главная особенность данного направления деятельности заключается в том, что не происходит никакого уменьшения природных богатств, последствия которых негативно сказываются на всем регионе, факты которых можно наблюдать в случае ведения

более выгодной деятельности, связанной, например, с добычей полезных ресурсов. Также туризм характеризуется более высокой стабильностью, если сравнивать с другими сферами экономики.

С точки зрения научной разработанности темы, можно говорить, что различные аспекты изучаемого вопроса представлены как в работах российских исследователей, так в трудах зарубежных ученых. Основным вопросом в изучении темы является категория «качество» и его оценка для предприятий, предоставляющих туристические услуги. Среди ученых, которые внесли значимый вклад в изучение этого вопроса, выделим: А. Донабедиана (разработал одну из первых моделей качества услуг, в соответствии с которой она включает базовые составляющие: потенциал; процесс; результат); Кано (дифференцировал качество на базовое, требуемое и желаемое) и др. Среди российских исследователей, занимающихся вопросами изучения качества услуг и процесса стандартизации, выделим Дехтярь Г. М., Скобкина С.С., Баумгартен Л. В. и др.

Индустрия туризма и гостеприимства является самой мощной экономической системой региона и важнейшей частью экономики страны. Современный спектр гостеприимства состоит из различных форм коллективного и индивидуального размещения: гостиницы, гостевые дома, мотели, квартиры и др. объекты по размещению туристов.

Распоряжением Правительства Новосибирской области от 21.08.2018, утверждена государственная программа «Развитие туризма в Новосибирской области». Под стратегией развития туризма в Новосибирской области подразумевается взаимосвязанная по задачам, срокам и ресурсам программа, которую можно разделить на несколько основных направлений, отдельных проектов и мероприятий, охватывающих самые различные аспекты жизни человека. Реализация стратегии касается решения общенациональных или региональных задач, к которым относят следующие моменты:

- создание наиболее благоприятных условий для экономического роста. За счет быстрого роста, туристическая среда, после получения нужных результатов благоприятно повлияет на общий рост показателей экономики региона;

- существенное увеличение и улучшение качества жизни людей из-за увеличения доступности туристических услуг;

- повышение конкурентоспособности российской экономики путем увеличения привлекательности туристических услуг;

- обеспечение баланса в сфере социально-экономического развития региона и РФ за счет увеличения доли туризма в ВВП.

Каждая компания, которая включает в свою деятельность сотрудничество с туристической организацией, действует в рамках внутренней и внешней экономической стратегии. Они определяют успех деятельности предприятия и налагают ограничения на некоторое операционное поведение. Каждое действие компании возможно лишь в той мере, в какой обстоятельства позволяют его осуществить [2].

Внешняя экономическая среда деятельности компании является источником, обеспечивающим организацию необходимыми ресурсами для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне и включает в себя:

- политическую, экономическую и правовую среду, в которой развивалась страна, а также особенности демографического менталитета, национальные традиции;

- различные организации, так как в нее входят прямые поставщики, покупатели, конкуренты, партнеры, страны и муниципалитеты, с которыми взаимодействует компания.

Внутренняя среда – источник «долговечности» туристской компании. Она состоит из: структуры организации; кадров; технологий; организационной культуры и управления функциональными процессами.

Процесс предоставления туристских услуг представляет собой достаточно сложный, но хорошо организованный и слаженный комплекс мероприятий. На каждом этапе этой сложности должны соблюдаться определенные стандарты, предусмотренные российским

законодательством. Высокое качество обслуживания туристов, которое достигается посредством стандартизации большинства технологических и бизнес- процессов, сегодня является одним из конкурентных преимуществ предприятий туристической отрасли. Благодаря разработке единой системы стандартов обслуживания организуется общий уровень качества обслуживания для всех клиентов, который способствует формированию имиджа туристического региона и повышению его привлекательности.

Индустрия гостеприимства служит одной из перспективных сторон коммерции, это наиболее динамично развивающийся и высокодоходный, а, следовательно, растущий для инвестиций предпринимателей сегмент, нацеленный на предоставление туристам услуг по организации проживания и досуга. Большое количество туристов проводят часть жизни в отелях – это постояльцы, приехавшие в командировку, на отдых, на гастроли и т.д. Отель является для путешественников не просто местом для ночлега, порой тип предприятия определяет образ жизни, в то время пока гости живут в гостиничном номере. Такие клиенты становятся все более требовательными в вопросах обслуживания. В современный период времени гостеприимство, представляет собой непрерывную социальную связь, ежедневно воздействуя на человека и имея значительную важность, как в жизни общества, так и в рыночной экономике региона.

Стоит отметить, что при выборе места расположения отелей в регионе, всегда ориентируются на точки пересечения туристических потоков, то есть в приоритете близость к вокзалам и аэропортам, деловому и историческому центру города, популярным местам бизнес-путешественников. Деловые туристы (компании часто используют отели для организации деловых мероприятий, конференций). Наличие необходимой деловой инфраструктуры (конференц-залов, интернет) становится наиболее значимым фактором при выборе того или иного места размещения и региона в целом.

В справочнике «Деловой квартал» ежегодно представляется рейтинг отелей крупнейших городов России. В рейтинге представлены крупные отели Новосибирска, разделенные на сегменты сетевых и несетевых отелей. Основной ранжирующий показатель— интегрированный балл за оценку сервиса гостями отеля. Новосибирские несетевые отели, составляют 42% от общего числа работающих отелей Новосибирска. Все они представляют схожий набор услуг.

Во время летних сезонов 2021 и 2022 года, жители России посещали в основном Крым, курорты Краснодарского края, также Алтай. Из-за повышения заинтересованности путешественников, которые прежде выбирали отдых за границей, сейчас возник интерес к внутреннему туризму, понизилась доля продаваемых тур поездок. Немалая доля иностранных туристов региона, приток которых непосредственно в г. Новосибирск продолжает увеличиваться, даже в условиях конфронтации с рядом зарубежных стран за счет туристов из более лояльных государств, привлек интерес к российским санаториям.

В Новосибирске и в области очень много интересных мест для развлечений путешественников приезжающих посетить город и область. Уже давно придумано много экскурсий и познавательных туров для гостей. Но несмотря на то, что все идеи туристического отдыха уже воплотили в реальность, есть виды туризма, которые еще не представлены на территории Новосибирской области.

В 2020 году на территории Новосибирской области осуществляли деятельность 930 турфирмы (включая индивидуальных предпринимателей). Услугами турфирм воспользовались 184,6 тыс. туристов– 169,1 тыс. российских граждан и 15,5 тыс. граждан других стран, которым было реализовано 110,3 тыс. турпакетов на общую сумму 8,1 млрд. рублей. В туры по регионам России отправились 42,9 тыс. человек, или четверть от общего числа обслуженных российских туристов (в 2017 году доля внутреннего туризма в туристском потоке составляла 29,7%). На Новосибирскую область приходится 23,7% внутреннего туристского потока [3].

Количество туристических фирм в Новосибирской области с января 2020 года по январь 2023 года уменьшилось на 16,2% — с 930 до 780 организаций. Сильнее всего сфера туризма пострадала в год пандемии, когда число компаний сократилось на 9%.

Еще не так давно туризм и гостиничный сервис в Российской Федерации играли очень большую роль и были одним из самых перспективных для развития сфер экономики. Ввиду притока иностранных граждан в связи с проведением Олимпиады в Сочи, а также Чемпионата Мира по футболу, страна показала свой уровень гостеприимства и перспективный рынок туризма. Наличие горнолыжных, а также пляжных курортов, вместе с небольшими ценами привлекает внимание туристов всего мира, а также развивает внутренний туризм. В Российской Федерации одним из востребованных видов отдыха, является лечебно-оздоровительный туризм. На сегодняшний день по всей России насчитывается около 850 санаторно-курортных учреждений с разными специалитетами и методами лечения. Центрами санаторно-курортного туризма в России стали такие регионы как: Краснодарский край, Крым и Алтайский край и Новосибирская область.

Однако в современных условиях кризиса ситуация в стране, как и во всем мире, изменилась. Но, несмотря на это, развитие туристического и гостиничных отраслей является одной из главных направлений формирования внутреннего туризма, в связи с их большим потенциалом.

Библиографический список

1. Нюренбергер, Л. Б. Особенности функционирования современной индустрии средств размещения / Л. Б. Нюренбергер, С. П. Киселев // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития : сборник научных статей 9-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, в 3-х томах ; Ответственный редактор А. А. Горохов. – Курск, 2019. – Том 2. – С. 307–310.
2. Квартальнов, В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В. А. Квартальнов. – Москва : Финансы и статистика, 1999. – 496 с.
3. Маргиева, Н. Т. Сфера туризма в России: состояние и перспективы развития / Н. Т. Маргиева // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 10–1 (63–1). – С. 141–145.
4. Щетинина, Н. А. Актуальные проблемы и перспективы развития детского туризма в регионе / Н. А. Щетинина, А. А. Попова, Т. П. Приходько // Проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления : материалы XV международной научно-практической конференции. – Курск, 2020. – С. 434–437.
5. Петренко, Н. Е. Современный рынок делового туризма: структура, особенности функционирования / Н. Е. Петренко // Вестник Российского университета кооперации. – 2022. – № 2 (48). – С. 60–66.
6. Петренко, Н. Е. Рейтинговая оценка региональных локаций городского туризма: зарубежный опыт, отечественные особенности / Н. Е. Петренко // Развитие российского общества: вызовы современности : материалы национальной научно-практической конференции с международным участием, посвященной 90-летию Байкальского государственного университета. – Иркутск, 2021. – С. 228–233.
7. Региональные туристские дестинации : учебное пособие / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, И. М. Карицкая [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2020. – 306 с.
8. Оценка туристско-рекреационного потенциала региона (на примере Новосибирской области) / Л. Б. Нюренбергер, Н. Е. Петренко, Н. А. Щетинина // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 8. – С. 3421–3435.

Tourism development in Kazakhstan**Akhmetov Askhat**

*lecturer of the department «Tourism and Restaurant business», Faculty of Business,
Law and Technology, Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda
ashat_ahmetov_94@mail.ru*

Kim Igor

*student of the specialty «Tourism», Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda
ashat_ahmetov_94@mail.ru*

Annotation. The article discusses the trends in the development of tourism in Kazakhstan.

It is impossible to imagine the modern world without new technologies, and the tourism sector is no exception.

In this field of service provision, modern technologies are increasingly being introduced, among them: artificial intelligence, voice assistants, these tools allow not only to improve the service as a whole, but also provide an opportunity to adapt to almost every client.

Particular attention is paid to examples of the implementation of such innovations around the world, as well as to the study of the introduction of new technical equipment into the future.

Keywords: trend, tourism, international tourism, domestic tourism, technologies, national tourist portals.

Today, tourism, along with other sectors of the economy, plays an important role in the economy and social life of many cities around the world. Most of the world's population, which is more than 50%, is concentrated in cities.

According to research conducted by the World Tourism Organization (UNWTO) in 2021, world tourism showed an increase of only 4%, while it is worth noting that since 2019, the number of international trips has decreased by 72%. In 2021, tourism brought \$1.9 trillion to world GDP, which is more than in 2020 (\$1.6 trillion), but unfortunately, significantly less than in 2019 (\$3.5 trillion).

According to experts, international tourism indicators are expected to grow from 30 to 78% compared to last year, despite the positive value, it is still 50-63% lower than the pre-crisis level. According to experts of the World Tourism Organization (UNWTO), the difficult economic situation can also exert additional pressure on the recovery of the industry - rising oil prices, rising inflation, a potential increase in interest rates, high debt volumes and ongoing disruptions in supply chains.

In general, «the pace of recovery is slow and uneven in different regions of the world», the organization noted.

According to the organization, now domestic tourism is becoming an incentive for the restoration of tourism. Among the main tourist trends of 2022, experts noted: domestic tourism, rural tourism, as well as outdoor events [1].

Indicators of domestic tourism in Kazakhstan are growing for the second year in a row. This is reported by the press service of Kazakh Tourism, referring to the Bureau of National Statistics.

According to official statistics, according to the results of the first half of 2022, the number of domestic tourists served by accommodation facilities increased by 26 percent compared to the same period in 2021, amounting to 2.7 million people (the second quarter of 2021 – 2.1 million).

This indicator for the first half of 2022 is higher than the pre-pandemic level (the second quarter of 2019 - 2 million people) by 600 thousand people.

Accommodation facilities provided services in the amount of 67.7 billion tenge, which is 52 percent more compared to the first half of 2021 (44.6 billion tenge).

The indicator of the current period exceeded the pre-pandemic level of the second quarter of 2019, when services were rendered in the amount of 50.9 billion tenge.

There is also an increase in the number of foreign tourists served by accommodation facilities by almost 2.5 times compared to the same period last year, amounting to 292 thousand people. For comparison: in the first half of 2021, Kazakh hotels served 123 thousand foreign tourists.

At the same time, in the first half of this year, the number of placements amounted to 3,831 units. The one-time capacity is almost 200 thousand beds.

Earlier it was reported that more than one hundred thousand foreign tourists from more than 160 countries visited Kazakhstan in the period from June 1 to August 8, 2022 [2].

We can single out the following popular technologies that have been introduced into the tourism sector of the country:

National Tourist portals

These sites contain useful information about the tourist rules of stay in the country, travel routes, etc.

An example is the National Tourist Portal www.kazakhstan.travel. The portal presents all significant objects of tourist interest in Kazakhstan. The information is available in 8 languages: Kazakh, Russian, English, French, German, Chinese, Arabic, Korean. The Internet resource provides an opportunity to get the necessary information for both tourists and entrepreneurs engaged in tourism. For example, there is a route search engine in the section for tourists. It contains such useful information as: articles about sights, calendar of events. Registers of travel agencies, tour guides, artisans with the possibility of filtering by region and type of tourism are included for entrepreneurs.

Purchases of travel offers are available in the Marketplace section, complaints about tourist services in the Shagym section. Online resource www.tourisonline.kz serves as a kind of forum where market participants communicate with each other, get the necessary information about tourism, in the process of discussing various issues, there is an exchange of work experience, ideas, trends in the field of tourism. The structure of the portal also includes: a chatbot, as well as conducting webinars and training modules."

Unified registers of placements

As an example, consider the information system «eQonaq». With its help, it was possible to create a unified register of accommodation locations, collect and process data on tourist flow, portrait of tourists and migration control. One of the main innovations and options of the system is the automation of the notification process of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Kazakhstan on the arrival of foreign tourists to accommodation.

From November 1, 2020 to October 21, 2021, the system was implemented in 1,150 accommodation locations: hotels, hostels, holiday homes, etc., where 61,586 tourists were registered. With the help of the «eQonaq» system, it becomes possible to track not only the exact number of foreign tourists arriving in the region, but also to find out the purpose of their visit [3].

Emergency call systems

The Kazakh Tourism National Company, together with the Aerospace Research Center, is implementing the EVAK TOURIST emergency call system.

«The system is a handheld device equipped with a satellite GPS tracker and an SOS signal. In the event of an emergency, the system will determine the location of the victim with high accuracy. After receiving the signal, the emergency services will be able to promptly, without wasting time searching, to help the person», the representative of the department said. The advantage of the device is the ability to work offline for two weeks. Thanks to this, the device can be used in multi-day hikes [4].



Figure 1 – Foreign tourists who visited Kazakhstan in 2022 are compiled based on the source [3]

The era of various technological discoveries opens a new round in the development of the world economy. Modern technologies significantly improve our daily life, new technologies will certainly appear in place of outdated technologies. The theory of «disruptive innovations» reflects such fundamental changes, according to it, new innovations can fundamentally change the way of life, replacing it with a completely new approach using technological innovations.

References list

1. UNWTO: In 2022, domestic tourism will again outplay international // Profi Travel : [website]. – URL: – <https://profi.travel/news/54115/details> (data of the application: 03.04.2023).
2. The growth of domestic tourism in Kazakhstan was shown in figures // Tourismonline.kz : [website]. – URL: – <https://tourisonline.kz/news/146> (data of the application: 03.04.2023).
3. In 2022, almost 200 thousand foreign tourists visited Kazakhstan // Forbes.kz : [website]. – URL: – https://forbes.kz/process/kazahstan_posetilo_pochti_200_tyisyach_inostrannyih_turistov (data of the application: 03.04.2023).
4. Tourism in Kazakhstan: what new opportunities exist for the development of the industry // Nur.kz : [website]. – URL: – <https://www.nur.kz/nezavisimost/1939379-turizm-v-kazahstane-kakie-novye-vozmozhnosti-suschestvuyut-dlya-razvitiya-otrasli/> (data of the application: 03.04.2023).

Проявления избыточного туризма: сезонные проблемы туризма в Крыму**Цёхла Светлана Юрьевна**

*заведующий кафедры менеджмента предпринимательской деятельности,
доктор экономических наук, профессор, Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского, г. Симферополь
s.tsohla@yandex.ru*

Стахно Наталья Дмитриевна

*доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности, кандидат
экономических наук, доцент, Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского, г. Симферополь
s.tsohla@yandex.ru*

Аннотация. В условиях бесконтрольного потока туристов возникает чрезмерная нагрузка на рекреационные ресурсы, проявляются негативные явления в индустрии туризма и гостеприимства. В статье рассмотрены проблемы избыточного туризма, выделены характерные черты и особенности проявлений избыточного туризма, опыт зарубежных стран в регулировании турпотока. Исследованы сезонные проблемы в сфере туризма в Республике Крым, мнения туристов и местных жителей в отношении удовлетворенности отдыхом и условий комфорта, предложены меры превентивного реагирования на увеличение турпотока.

Ключевые слова: избыточный туризм, турпоток, неравномерность, сезонные проявления, устойчивое развитие, Республика Крым.

**Manifestations of excess tourism:
seasonal problems of tourism in Crimea**

Tsohla Svetlana

*head of the Department of Business Management, Doctor of Economics, Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol
s.tsohla@yandex.ru*

Stakhno Natalia

*associate Professor at the Department of Business Management,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol
s.tsohla@yandex.ru*

Annotation. In the conditions of an uncontrolled flow of tourists, there is an excessive load on recreational resources, negative phenomena are manifested in the tourism and hospitality industry. The article deals with the problems of excess tourism, highlights the characteristic features and manifestations of excess tourism, the experience of foreign countries in regulating the flow of tourists. The seasonal problems in the field of tourism in the Republic of Crimea, the opinions of tourists and local residents regarding satisfaction with rest and comfort conditions have been studied, measures for a preventive response to an increase in tourist flow have been proposed.

Keywords: excess tourism, tourist flow, unevenness, seasonal manifestations, sustainable development, Republic of Crimea.

Последствия ограничений в связи с пандемией коронавирусной инфекции привели к необходимости развития в России внутреннего туризма и новых программ активизации туристической деятельности на различных территориях [1]. В настоящее время состояние туристической индустрии стабилизируется, постепенно восстанавливается спрос на услуги туризма и гостеприимства, вовлекая все большее количество населения как в качестве потребителей, так и в качестве их производителей.

Исходя из ожидаемого увеличения турпотоков, следует рассматривать принципы устойчивого туризма и гостеприимства в программах развития туристских территорий, не допускать чрезмерной антропогенной нагрузки, негативных проявлений, порождаемых туризмом социальных, экономических, экологических, других проблем, ухудшающих качество жизни населения и впечатления посетителей.

В современных условиях негативные явления в индустрии туризма и гостеприимства возникают при бесконтрольном, избыточном потоке туристов, чрезмерной нагрузке на рекреационные ресурсы определенных туристских дестинаций, где дискомфорт могут испытывать и путешественники, и местные жители [2].

Вопросы избыточного туризма изучаются учеными и специалистами, как за рубежом, где проявляются овертуризм и туризмофобия [3,4], так и отечественными исследователями с целью недопущения таких явлений и управления туристскими услугами [5,6]. Исследователи отмечают прямую зависимость между проявлениями чрезмерного туризма и ухудшением качества жизни местного населения, возникновение из-за этого напряженности и конфликтов с туристами, возможные протесты жителей против туристской экспансии [5, с. 59]. Называя причины овертуризма (рост турпоездов, низкая стоимость авиаперелетов, упрощение визового режима и др.), ученые указывают на важность сохранения территорий с туристско-рекреационной специализацией и недопущения рисков чрезмерного развития туризма [6, с. 74-75].

Избыточный туризм характеризуется негативными чертами и особенностями проявлений (таблица 1).

Таблица 1 – Характерные черты и особенности проявлений избыточного туризма

Характерные черты	Особенности проявлений
Чрезмерное количество посетителей	Неконтролируемые масштабы посещений, некачественное обслуживание туристов
Повышенная нагрузка на рекреационные ресурсы	Способствует истощению и разрушению ресурсов
Перегруженность инфраструктуры	Неудобства использованием инфраструктурой
Недовольства туристов	Дискомфорт и низкая удовлетворенность отдыхом
Недовольства местного населения количеством и поведением туристов	Конфликты с приезжими, активные сопротивления туристским потокам

Источник: составлено авторами

Во многих европейских странах (Великобритания, Германия, Испания) и Юго-Восточной Азии (Филиппины, Таиланд) научились справляться с высокой концентрацией турпотока путем сдерживания наплыва посетителей определенными ограничительными мерами и повсеместным внедрением принципов устойчивого и ответственного туризма: обеспечения оптимального использования природных ресурсов, уважения социокультурных особенностей принимающих сообществ, справедливое распределение социально-экономических преимуществ для всех участников. Большинство стран создают условия для перехода к устойчивому туризму и проводят соответствующие мероприятия [7]. Существующие концепции и накопленный опыт будет полезен для применения отечественным турбизнесом и снижения проявлений чрезмерного туризма.

Крымский полуостров всегда считали привлекательным местом для отдыха и оздоровления. И сейчас в Крыму есть много мест притяжения, а благодаря природе и климату, разнообразному турпредложению численность туристов была и остается высокой, даже в сложный период пандемии коронавируса в 2020 году и приостановки авиасообщения в 2022 году (рисунок 1).

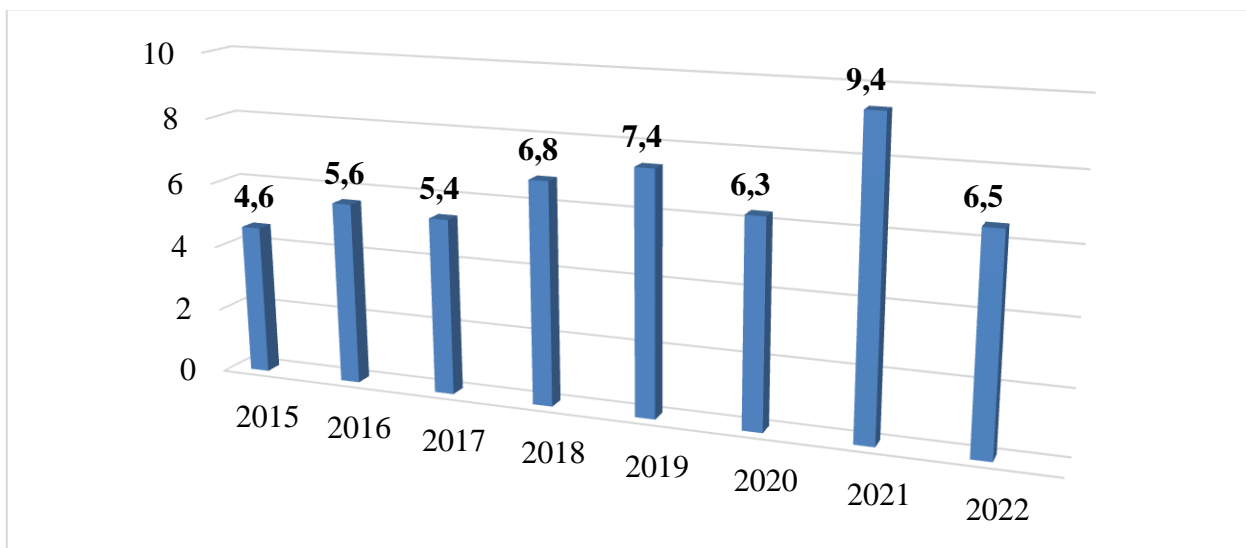


Рисунок 1 – Динамика численности туристов в Крыму за 2015-2022 годы, млн. чел.
Источник: составлено по данным [8].

Выраженная сезонность присуща и проявляется в туристской отрасли. Ежегодно наибольший поток туристов в Крыму (более 60%) приходится на высокий сезон, и за летний период 2022 года в Крыму отдохнуло более 4,2 млн. туристов благодаря увеличению железнодорожных перевозок.

Средняя загрузка объектов в июле-августе каждого года составляет более 80%, а по ряду объектов – более 95%. Также высокая загрузка (более 90%) наблюдается в новогодний праздничный период. В целом удовлетворенность среди отдохнувших в Крыму высокая (80-90%), но есть и нарекания на соотношение цена/качество, сервис, обустройство и чистоту пляжей, а также условия пребывания в низкий сезон.

Недовольство местных жителей количеством приезжих наблюдается в высокий сезон, и называются проблемы с транспортом, заторы на дорогах, шум, большое количества мусора, проявления небрежного отношения к природе со стороны туристов. В поведении приехавших в Крым больше всего раздражает местных жителей неуважительное отношение к населению и обслуживающему персоналу (36%), невоспитанность туристов (26%), мусор, небрежное отношение к природе, достопримечательностям (25%). Ничего не раздражает в приезжих туристах только 31% жителей Крыма [9].

В периоды высокого сезона риск возникновения проблем избыточного туризма на крымских курортах наиболее высок, и соответствующие показатели имеют критические значения. Следовательно, для периодов высокого сезона необходимы конкретные меры превентивного реагирования на ожидаемые риски негативных последствий роста турпотока в Крыму:

- увеличения всесезонной привлекательности региона,
- внедрение требований устойчивого и социально ответственного туризма,
- качественное развитие туристической инфраструктуры и курортных территорий,
- использование цифровых инструментов для распространения умного туризма (smarttourism),
- эффективное и целенаправленное управление туристской сферой в вопросах пропускной способности и переполненности туристских территорий, удовлетворенности населения качеством жизни.

Таким образом, организация и управление туризмом на принципах устойчивого развития способствует предотвращению избыточности турпотоков, обеспечит сохранение природных и культурных объектов, качественное обслуживание туристов, вовлеченность и комфорт местного населения, экономическое развитие туристско-рекреационных территорий.

Библиографический список

1. Распределение субсидий, предоставляемых в 2023 году из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях софинансирования расходных обязательств субъектов Российской Федерации, возникающих при осуществлении поддержки общественных инициатив, направленных на развитие туристической инфраструктуры : распоряжение Правительства Российской Федерации от 09.02.2023 № 297-р. – URL: <http://static.government.ru/media/files/N6Yv1VhcWHA5yCmg7N7AMArtJawaq7Z.pdf> (дата обращения: 02.04.2023).
2. «Overtourism»? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Executive Summary // E-unwto.org : [website]. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420070> (дата обращения: 01.04.2023).
3. Seraphin, H. Over-tourism and the fall of Venice as a destination / H. Seraphin, P. Sheeran, M. Pilato // Journal of Destination Marketing & Management. – 2018. – Vol. 9. – P. 374-376. – URL: https://www.researchgate.net/publication/323346378_Over-tourism_and_the_fall_of_Venice_as_a_destination (дата обращения: 01.04.2023).
4. Delgado, M. Turistofobia / M. Delgado // Газета «El País» : [сайт]. – URL: https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html (дата обращения: 21.03.2023).
5. Ветитнев, А. М. Предупреждение риска овертуризма в сочинской туристской дестинации / А. М. Ветитнев, Д. В. Чигарев // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 44 (3). – С. 58–64. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46541684_60153634.pdf (дата обращения: 01.04.2023).
6. Шерешева, М. Ю. Необходимость системного подхода к развитию российских туристских дестинаций в условиях растущей угрозы овертуризма / М. Ю. Шерешева, Е. Е. Полянская, М. С. Оборин // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – Том 13. – № 4. – С. 74–85.
7. Управление устойчивым развитием индустрии туризма и гостеприимства в цифровой среде : монография / под общей редакцией С. Ю. Цёхла, Е. А. Полищук. – Симферополь : Издательство «Типография «Ариал», 2023. – 248 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50252728_33161599.pdf (дата обращения: 02.04.2023).
8. Справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым // Министерство курортов и туризма Республики Крым : официальный сайт. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14> (дата обращения: 22.03.2023).
9. Что не нравится туристам в Крыму, а крымчанам – в туристах? // Новости Севастополя – СТВ : [сайт]. – 2021. – URL: <https://stv92.ru/novosti/obshchestvo/chto-ne-nravitsya-turistam-v-krymu-a-krymchanam-v-turistakh/> (дата обращения: 01.04.2023).

УДК:338.46

Анализ рынка туристских баз в Республике Саха (Якутия)

Иванов Иван Янович

*студент, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск
ivanovich0719@mail.ru*

Винокурова Марфа Александровна

*старший преподаватель, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова,
г. Якутск
vinokurova.21@mail.ru*

Аннотация. В последнее время в Республике Саха (Якутия) особой популярностью пользуются туристские базы, которые начали открываться недавно. И так как это молодое явление, оно требует изучения.

Целью данной работы стал анализ рынка туристских баз в Республике Саха (Якутия). Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие задачи:

1. Выявить понятие туристской базы
2. Характеризировать нынешнее состояние рынка туристских баз в Республике Саха (Якутия)
3. Изучить услуги, предоставляемые турбазами Республики Саха (Якутия)

В статье использовались метод анализа, метод сравнения и метод аналогии.

В ходе данной работы были рассмотрены понятие туристской базы, состояние рынка туристских баз республики на данный момент и география размещения туристских баз. Также для полного раскрытия деятельности туристских баз представлена таблица, где описываются предоставляемые ими услуги. В результате анализа был сделан вывод, что рынок туристских баз в Республике Саха (Якутия) после пандемии вновь динамично начинает набирать туристский поток и есть благоприятные факторы для его дальнейшего развития.

Ключевые слова: туристская база (туристическая база, турбаза), средства размещения, рынок, потребность, отдых, услуга, турист, Якутия.

Analysis of the market of tourist bases in the Republic of Sakha (Yakutia)

Ivanov Ivan

student, North-Eastern Federal Universit, Yakutsk

yanovich0719@mail.ru

Vinokurova Marfa

senior lecturer, North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov, Yakutsk

vinokurova.21@mail.ru

Annotation. Recently, in the Republic of Sakha (Yakutia), tourist bases that have recently begun to open are particularly popular. And since this is a young phenomenon, it requires study.

The purpose of this work was to analyze the market of tourist bases in the Republic of Sakha (Yakutia). To achieve this goal, we need to solve the following tasks:

1. Identify the concept of a tourist base
2. To characterize the current state of the market of tourist bases in the Republic of Sakha (Yakutia)
3. To study the services provided by the tourist centers of the Republic of Sakha (Yakutia)

The article used the method of analysis, the method of comparison and the method of analogy.

In the course of this work, the concept of a tourist base, the state of the market of tourist bases of the republic at the moment and the geography of the placement of tourist bases were considered. Also, for a full disclosure of the activities of tourist bases, a table is presented describing the services they provide. As a result of the analysis, it was concluded that the market of tourist bases in the Republic of Sakha (Yakutia) after the pandemic is again dynamically beginning to gain tourist flow and there are favorable factors for its further development.

Keywords: tourist base, accommodation facilities, market, need, recreation, service, tourist, Yakutia.

Туризм в Республике Саха (Якутия) является молодым и перспективным направлением, привлекающий туристов своей красивой природой и самобытной культурой.

В современном мире люди живут в быстром темпе. От чего они быстро устают и со временем у них появляется эмоциональное выгорание. Отдых – единственный выход из такой ситуации, ведь это один из главных потребностей человека. Одним из наиболее эффективных форм отдыха выход на природу вдаль от дома. То есть человек должен выйти от зоны комфорта, где ему привычно находится.

И, чтобы удовлетворить эту потребность человека, существуют туристские базы – это специально отведенные территории с комплексом зданий и сооружений, приспособленных для отдыха [3], которые относятся к туристским специализированным средствам размещения, наряду с туристскими приютами, горными приютами, стоянками и кемпингами [1].

Обычно размещение туристов в турбазе происходит в небольших гостевых домах со средним уровнем благоустройством. Вместимость, оснащенность и комфорт этих домов может различаться, что отражается на их цене.

Современные нормы функционирования турбаз предусматривают организацию их работы в круглогодичном режиме или в сезон (летний/зимний). В сезон функционируют все функциональные подразделения, в межсезонье – только функциональное ядро [2, с. 61-62].

Причиной сезонной работы туристских баз могут быть разные. Это может быть слабый туристский поток, труднодоступность или трудность содержания турбазы в определенное время года.

При выборе туристами турбазу большую роль играет наличие богатого рекреационного ресурса. К ним относятся:

- 1) природные комплексы и их компоненты (рельеф, климат, водоемы, растительность, животный мир);
- 2) культурно-исторические достопримечательности;
- 3) экономический потенциал территории, включающий трудовые ресурсы и инфраструктуру (совокупность зданий, сооружений, систем и служб, необходимых для обеспечения производства и жизни населения) [3].

Эти ресурсы позволяют удовлетворять потребности людей в отдыхе и туризме. Туриста нужно заинтересовать и замотивировать выбрать именно этот вид отдыха, иначе турбаза не сможет долго функционировать.

Турбаза как явление в Якутии довольно молодое и начал свое развитие в 2010-х гг. По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия) количество людей, воспользовавшихся услугами туристских баз, росло пропорционально. Но в 2020 г. из-за пандемии функционирование туристских баз сильно ограничилось и им пришлось снизить поток туристов. Сейчас после снятия ограничений рынок туристских баз восстановился и начинает набирать обороты.

Но есть одна вещь, которая тормозит бурному развитию рынка туристских баз в Якутии. Это слабая инфраструктура. Ввиду этого усложняется доступность, причиной которой бывает плохое качество дороги или отсутствие моста через реку. Кроме того, стоимость услуг турбаз тоже увеличивается, что может отразиться на желании посетить это место туристов. Что касается сильных сторон данного рынка, можно отметить природные ресурсы. Якутия имеет обширные нетронутые территории, которые используют предприниматели для открытия турбаз. Наличие красивого вида с окна привлекает каждого туриста, желающего сфотографироваться на фоне озера или отвесных скал.

Большинство туристских баз Якутии работают на территории Намского и Хангаласского улуса. Расположение этих средств размещения по этим районам обусловлено двумя факторами, которые облегчают путь туристу: близость от центра республики г. Якутск и наличие асфальтированной дороги на большей части пути. Поэтому местные предприниматели все чаще выбирают для открытия своего бизнеса именно эти районы.

Рынок туристских баз в республике предоставляет туристам самые различные услуги, которые приведены в таблице 1. Здесь видно, что стоимость размещения в турбазах различается. Это обусловлено комфортабельностью и оснащенностью домика или номера. Например, номер в турбазе «Ленские столбы» имеет благоустройство, то есть имеет собственную душевую кабину, раковину, туалет, телевизор, wi-fi и другие удобства. Из-за этого и такая цена. Что касается других услуг, есть традиционные как аренда бани и аренда банкетного зала, но туристские базы предлагают услуги исходя из особенностей местности, где они расположены и возможностей. Из-за того, что некоторые туристские базы находятся через

реку, предлагается трансфер в виде катера или моторной лодки. Также, для туристов, не имеющих собственного транспорта, с центра улуса или республики ходят автобусы и микроавтобусы.

Таблица 1 – Услуги туристских баз Якутии

	Названия турбаз		
	Лазурный берег	Батамай village	Ленские столбы
Месторасположение	Местность «Старый город», с. 2-Хомустах, Намский улус	Местность Батамай, с. Тумул, Хангаласский улус	Местность Батамай, с. Тумул, Хангаласский улус
Средство размещения (мин. вместимость; на будние дни; в сутки)	Гостевой дом на 6 мест – 6200 руб.	Гостевой дом на 4 мест – 4000 руб.	Номер на 2 места – 9000 руб.
Трансфер	Переправа через реку на катере туда и обратно - 2000 руб.	г. Якутск – турбаза (при покупке тура)	Нет
		Водная переправа на Ленские столбы – 500 руб.	
Питание	Питание не предоставляется. Есть посуда, мангальная зона, костровое снаряжение и кафе на 30 мест для мероприятий.	Питание не предоставляется. Но есть аренда кафе на 30 мест для мероприятий. Также работает кухня, где туристы готовят сами	Работает гриль-кафе
Баня	Есть	Есть	Нет
Авторские туры	Нет	Есть	Есть
Прочие услуги	Аренда места в теплом гараже	Аренда удочки	Аренда снаряжений для рыбалки
	Путевка на вылов рыб		Аренда беговых лыж и скандинавских палок
			Аренда портативного гаража
Рейтинг (яндекс карты)	4.4 (15 оценок)	4.4 (13 оценок)	4.5 (23 оценки)

Таким образом, можно сделать вывод, что туристские базы имеют все инструменты для удовлетворения потребностей и привлечения туристов. Анализ позволил заключить, что данный сегмент рынка в Республике Саха (Якутия) молодое и имеет потенциальные районы для развития. Также, были выявлены слабые и сильные стороны рынка. Сейчас туристские базы нашей республики только оправляются от последствий пандемии, которая сильно

ударил по их деятельности. Но несмотря на эти сложности они продолжают расширять свой ареал и увеличивать поток своих клиентов.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 55319-2012. Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29.11.2012 г. № 1601-ст : введен впервые : дата введения 2014-01-01. – Москва : Стандартинформ, 2014. – 14 с.

2. Андреева, С. В. Аспекты организации обслуживания в специализированных гостиничных предприятиях : монография / С. В. Андреева, Т. В. Сурикова. – Чита : ЗИП СибУПК, 2015. – 118 с.

3. Проектирование туристической базы отдыха : учебно-практическое пособие / Н. В. Самойлова. – Волгоград : ВолгГАСУ, 2012. – 73 с. – URL: <https://vgasu.ru/attachments/samoilova-04.pdf> (дата обращения: 02.02.2023).

УДК: 338.48 (379.85)

Анализ динамики туристского потока в обеспечении устойчивого развития Алтайского региона

Кобызев Николай Сергеевич

*старший преподаватель кафедры менеджмента и туризма, Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина, г. Бийск
professor_tour@mail.ru*

Аннотация. Главным фактором развития ресурсного региона в сфере туризма является не только огромное число достопримечательных мест и комфортность туристских кемпингов, баз и отелей, сколько контрастность отдыха, предлагаемого ресурсным регионом в лице Республики Алтай и Алтайского края, создающих в своей совокупности мощный по набору туристских ресурсов – Алтайский регион. В статье рассмотрены динамика туристского потока и использование мест размещения за 2016 – 2022 годы, а также проведен анализ туристского потока, положительно влияющего на развитие экономики региона.

Ключевые слова: туризм, Алтай, регион, потребитель, перспектива, путешествия, устойчивость, развитие, рекреация, отдых.

Analysis of the dynamics of the tourist flow in ensuring the sustainable development of the Altai region

Kobyzev Nikolay

*senior lecturer of the department of management and tourism, Altai state humanitarian pedagogical university named after V.M. Shukshin, Biysk
professor_tour@mail.ru*

Annotation. The main factor in the development of the resource region in the field of tourism is not only the huge number of places of interest and the comfort of tourist campsites, bases and hotels, but also the contrast of recreation offered by the resource region in the person of the Altai Republic and the Altai Territory, which together create a powerful set of tourist resources – the Altai region. The article considers the dynamics of the tourist flow and the use of accommodation for 2016-2022, as well as the analysis of the tourist flow, which positively affects the development of the region's economy.

Keywords: tourism, Altai, region, consumer, perspective, travel, sustainability, development, recreation, recreation.

Устойчивое развитие любого ресурсного региона напрямую зависит от наличия потенциального потребителя и реального приобретателя туристских товаров и услуг в долгосрочной перспективе с устойчивым интересом.

Алтайский регион состоит из двух административно-территориальных единиц: Алтайского края и Республики Алтай. Для развития сферы туризма в Алтайском регионе характерна высокая динамика, особенно летний туристский сезон. Зимой же туристский поток в десятки раз ниже в связи с сезонностью и периодом отпусков, выпадающих в основном на лето.

Для Алтайского края характерно развитие санаторно-курортного, сельского туризма и экскурсионного обслуживания, в отличие от Республики Алтай, имеют более активную направленность. Виды туристско-экскурсионного обслуживания в Республике и крае схожи, но резко отличны по содержанию.

Активные пешеходные, конные, автомобильные, водные (моторафтинг, рафтинг, катамаранинг, каякинг (в том числе водопадинг), прочие комбинированные) активные многодневные туры характерны для территории Республики Алтай; здесь же свойственно развитие событийного, приключенческого и гастрономического туризма.

В Алтайском крае такого контраста и насыщенности по видам активного туризма нет.

Здесь в большей степени развита сфера гостеприимства, экскурсионного обслуживания и основной туристский поток старается быть зависим от средств размещения и сервиса (рисунок 1).



Рисунок 1 – Количество размещенных туристов в Алтайском крае (2021 год) [3]

В 2021 году в Алтайском крае функционировало 170 организаций туристской направленности (турагенты и туроператоры). Данные организации обслужили 58,1 тыс. человек. Количество потребленных турпакетов на душу населения в отидии от 2020 года повысилось в 1,7 раза и составило 30200 единиц равных 2132,3 млн рублей (рис. 2).

Количество же турпакетов относительно территории РФ в 2021 году было 21,4 тыс. единиц. В данном случае это составило 70,9% от всего количества проданных потенциальному потребителю туристских услуг в виде местного населения.

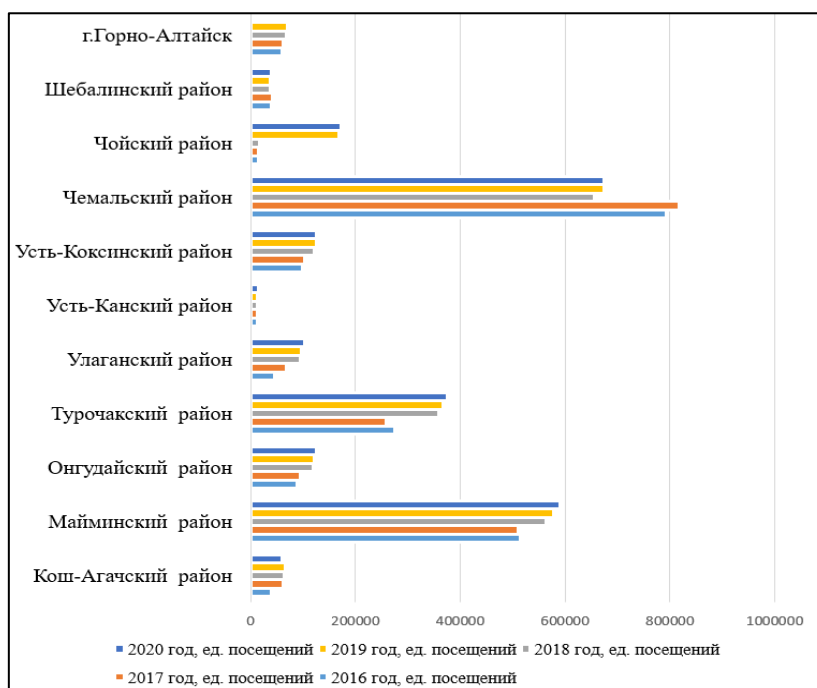


Рисунок 2 – Динамика туристического потока по муниципальным образованиям Республики Алтай в 2017 - 2020 годах [1]

В данном случае средняя цена одного реализованного тура составляла 39,1 тыс. рублей (на двух человек).

Количество проданных услуг и турпакетов, реализованных по зарубежному туристскому контингенту, составило 8800, что заняло 29,1% от общего числа проданных турпакетов. Средняя стоимость турпакета в 2021 году составила 151100 рублей (на двух человек). Объекты гостеприимства Алтайского края составила 517 средств размещения (коллективные) с количеством номеров равным 13200 в пересчете на 36900 мест (30,2% мест в гостиницах, 21,3% в санаториях, 48,5% в организациях отдыха и на базах отдыха). В 2021 году количество принятых туристов и гостей региона повысилось относительно 2020 года в 1,4 раза, что составило 709200 человек (рисунок 3).



Рисунок 3 – Деятельность туристских фирм в 2021 году [1].

В 2022 году же году, по сравнению с 2021, количество туристов на Алтае выросло почти на 70%. Регион посетило почти 4 млн. человек.

Число путешественников и потребителей туристских услуг, приезжающих в Республику Алтай в 2022 году, повысилось дополнительно, почти на 70% по сравнению с прошлым годом, до 3,7 млн. человек. Об этом сообщил первый заместитель начальника ГУ МЧС РФ по Республике Алтай в пресс-центре ТАСС на пресс-конференции Александр Романов [2]: «Особенностями проведения мероприятий по обеспечению безопасности на водных объектах является то, что большинство рек являются горными. Существенным фактором является и увеличение туристов, число которых с каждым годом динамично увеличивается. Если в 2020 году их количество было около 1,5 млн. человек, то в прошлом году составило уже 2,2 млн. человек. В этом году республику посетило уже более 3,7 млн. человек», - сказал Романов.

Романов пояснил, что на просторах Алтайского региона протекает более 13500 рек и водотоков, находится свыше 7000 озер и водоёмов. Реки в основном – горные, с низкой температурой воды и в летний период. А гости региона, местные жители основная часть туристского потока предпочитают отдыхают возле водных объектов [2].

Резюмируя вышесказанное, необходимо сказать, огромный интерес у туристов и гостей региона вызывает горная часть Алтая, а именно, в своем большинстве, – Республика Алтай во всём своём многообразии (рисунок 4) и контрастности местных пейзажей, сменяющихся от горной тайги до каменно-ледовых долин и степных пустошей, дополненных панорамными видами кристально чистого снега и вечных льдов, привлекающих своей изумительной красотой не только туристов, но и простых путешественников, проезжающих по Чуйскому тракту.

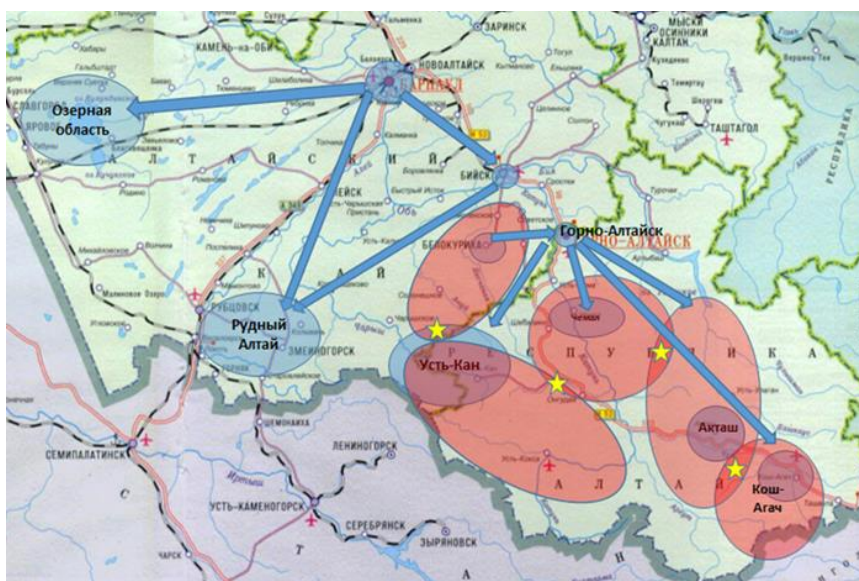


Рисунок 4 – Основные направления туристского потока

В заключении, подведя многолетнюю статистику турпотока, необходимо сказать, что динамика стабильности туристского потока в Алтайский регион сможет не только привлечь нового туриста в регион, а также многократно возвращать к себе постоянных гостей, но и тем самым повысить устойчивость экономики региона, стабильно поддерживаемой туристским потоком.

Библиографический список

1. Деятельность туристских фирм в 2021 году // Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай (Алтайкрайстат) : официальный сайт. – URL: https://akstat.gks.ru/storage/mediabank/туризм%202021_AK.pdf (дата обращения: 11.02.2023).

2. Количество туристов на Алтае в 2022 году выросло почти на 70% в сравнении с прошлым годом // ТАСС : [сайт]. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/15761955> (дата обращения: 11.02.2023).

3. Туризм в цифрах (итоговые данные за несколько лет) // Министерство природных ресурсов, экологии и туризма Республики Алтай : официальный сайт. – URL: <https://mpr-ra.ru/razvitie-turizma-v-respublike-altaj/turizm-v-tsifrakh-itogovye-dannye-za-neskolko-let> (дата обращения: 11.02.2023).

4. Туризм в цифрах в Алтайском крае // Управление Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности : официальный сайт. – URL: <https://tourism.alregn.ru/pages/turizm-v-cifrah-v-altayskom-krae> (дата обращения: 11.02.2023).

УДК: 338.48

Влияние туризма на устойчивое развитие Республики Алтай

Орлова Олеся Николаевна

*ассистент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
orlol04@mail.ru*

Аннотация. Сбалансированное экономическое, экологическое и социальное развития региона способствует формированию его устойчивости. Рост туристической отрасли может оказать как положительное, так и отрицательное влияние на устойчивость каждого отдельного региона. В статье рассматривается прямое и косвенное воздействие туризма на устойчивое развитие Республики Алтай.

Ключевые слова: устойчивое развитие, туризм, устойчивый туризм, Республика Алтай.

The impact of tourism on the sustainable development of the Altai republic

Orlova Olesia

*assistant at the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
orlol04@mail.ru*

Annotation. Balanced economic, environmental and social development of the region contributes to the formation of its sustainability. The growth of the tourism industry can have both a positive and a negative impact on the sustainability of each individual region. The article examines the direct and indirect impact of tourism on the sustainable development of the Altai Republic.

Keywords: sustainable development, tourism, sustainable tourism, Republic of Altai.

Туризм является одним из самых быстрорастущих отраслей экономики в мире, а также основным источником доходов для многих стран и регионов. Бурный рост туристической индустрии, как показывает мировой опыт, часто происходит за счет истощительного использования природных ресурсов, в ущерб экономике региона и местного населения.

Согласно Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года [1] туризм является одним из приоритетных направлений регионального развития. Республика Алтай, являясь экологически чистым регионом Российской Федерации, с каждым годом становится все более привлекательным направлением для туристов. Туристический поток в 2020 году составил 2200 тыс. посещений, в 2021 году – 2186 тыс. посещений, в 2022 году – 2500 тыс. посещений [2,3]. Увеличение туристического потока во многом обусловлено тенденцией роста внутреннего туризма из-за санкционного режима, введенного против Российской Федерации.

Высокие темпы развития туристической отрасли Республики Алтай обязательно повлияют на устойчивость региона. Будет ли данное влияние благоприятно для региона, либо будет нести негативные последствия, во многом зависит от того, каким образом будет происходить развитие туризма в Республике Алтай. Это подчеркивает необходимость тщательного управления развитием туристической отрасли региона, а также смягчение негативных последствий от туристической индустрии посредством применения практик устойчивого туризма.

Среди положительных тенденций стоит отметить рост налоговых поступлений от туризма в бюджет региона. «Поступления от туристической отрасли в консолидированный бюджет субъекта за 2022 год выросли по сравнению с предшествующим годом на 53% и составили 549 млн. рублей, а по сравнению с 2019 годом – более чем в два раза. При этом пять крупных плательщиков в 2022 году сформировали 40% налоговых поступлений в консолидированный бюджет Республики Алтай в общем объеме поступлений от турбизнеса» [3].

Негативная тенденция заключается в том, что часть предпринимателей в сфере туризма уклоняются от уплаты налогов. Поэтому для региона важно вести дальнейшие работы по легализации туристического бизнеса.

В случае, если большая часть туристического бизнеса Республики Алтай будет принадлежать собственникам из других субъектов Российской Федерации, то местные жители могут не увидеть для себя никаких преимуществ от развития туризма и акцентировать внимание на негативных аспектах развития туристической отрасли. Поэтому важно в этом вопросе соблюдать баланс.

Развитие туризма в регионе оказывает стимулирующее влияние на развитие смежных отраслей: торговли, транспорта, сельского хозяйства, общественного питания, повышая доходность данных отраслей в регионе. Это является несомненным плюсом для Республики Алтай.

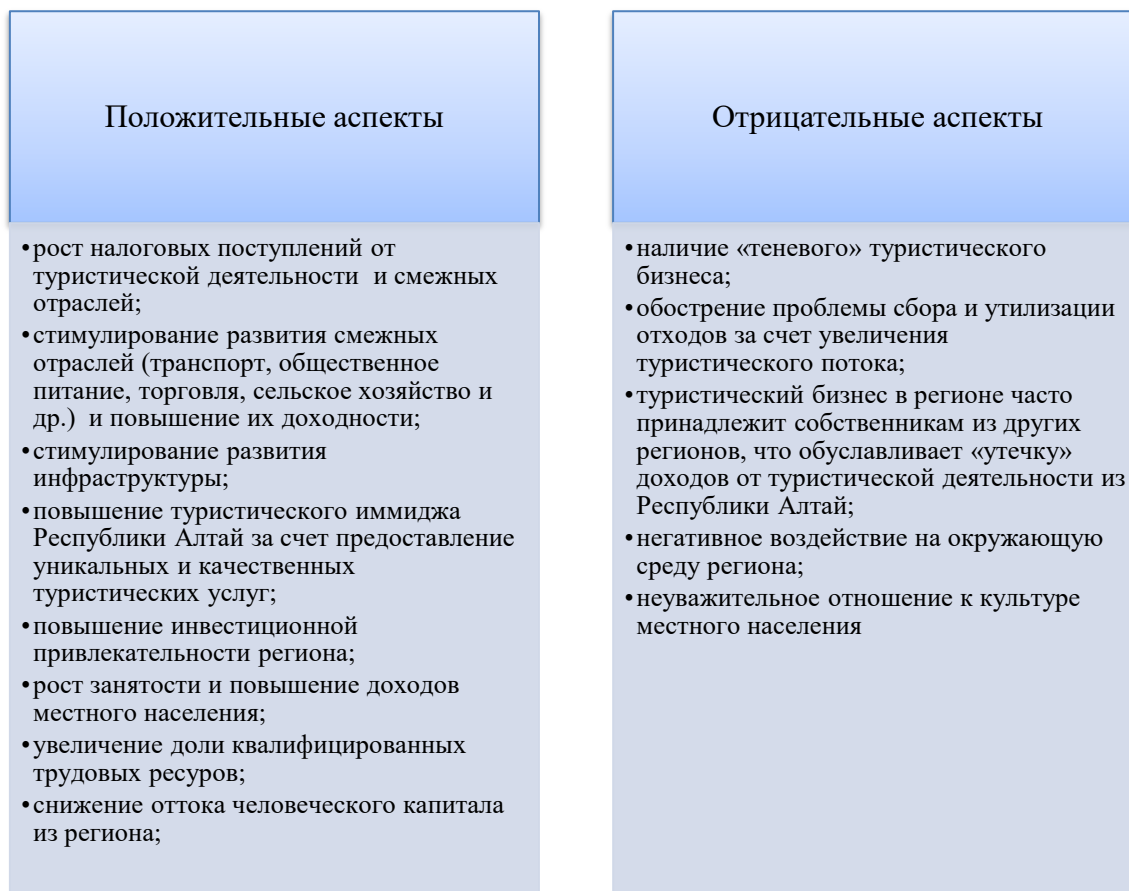


Рисунок 1 – Влияние развития туристической отрасли на устойчивость Республики Алтай

Рост туристического потока может оказать и негативное влияние на регион. Например, проблема сбора и утилизации мусора остро стоит в Республике Алтай: большое количество отходов, недостаточное количество объектов для их размещения, низкий уровень переработки и их вторичного использования. Нерешенная проблема со сбором и утилизацией мусора в регионе, усиленная ростом туристического потока, способна вызвать неблагоприятные последствия для экологического благополучия региона, а также нанести вред здоровью местного населения. Увеличение количества отходов, обусловленное ростом туристического потока, способно быстро ухудшить экологическую обстановку в регионе, негативно повлияв на его устойчивое развитие. Это в свою очередь потребует от региона дополнительных финансовых вложений для устранения этого негативного влияния на экологию и социальную сферу региона.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что развитие устойчивого туризма в Республике Алтай позволит учитывать экономические, экологические и социальные аспекты регионального развития. «Принципы устойчивости относятся к охране окружающей среды, экономическим и социально-культурным аспектам развития туризма. Предполагается, что между этими тремя аспектами должен быть установлен соответствующий баланс, который гарантирует долговременную устойчивость туризма» [4].

Выделяют следующие принципы устойчивого туризма: сохранение и устойчивое использование ресурсов; сокращение чрезмерного потребления и отходов; сохранение биоразнообразия; статистическое ведение оценки воздействия туризма на окружающую среду на постоянной основе; поддержка местной экономики; максимальное вовлечение местного населения в сферу туризма; создание консультационных туристических центров; формирование квалифицированных кадров в туристической отрасли; ответственный маркетинг в сфере туризма [4].

На рисунке 1 показано влияние туристической отрасли на устойчивость Республики Алтай.

Предоставление качественных и конкурентоспособных туристических услуг, рост занятости, повышение доходов местного населения и инвестиционной привлекательности региона является положительным экономическим эффектом устойчивого развития регионального туризма.

Устойчивое развитие туризма в Республике Алтай позволит усилить качество социальной составляющей региона: повысит уровень жизни местного населения, снизит отток населения из региона, повысит квалификацию трудовых ресурсов.

Охрана окружающей среды и культурных традиций местного населения – это важная составляющая устойчивого туризма. Только бережное отношение к культурному богатству и природному разнообразию Республики Алтай способно сохранить их для будущих поколений.

Устойчивый туризм – это подход к развитию регионального туризма, который направлен на минимизацию негативного воздействия данной отрасли экономики на окружающую среду и социальную сферу при максимизации положительного влияния на экономику региона.

Библиографический список

1. О стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года : постановление Правительства Республики Алтай от 13 марта 2018 года № 60. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/446669488> (дата обращения: 30.03.2023).

2. Информация о развитии туристической отрасли Республики Алтай // Республика Алтай : [сайт]. – URL: <https://altai-republic.ru/tourism/development/> (дата обращения: 03.04.2023).

3. Олег Хорохордин провел совещание с субъектами туристической индустрии Республики Алтай // Республика Алтай : [сайт]. – URL: https://altai-republic.ru/news_lent/news-archive/46958/ (дата обращения: 03.04.2023).

4. Мамаев, И. Ж. Место и роль туризма в обеспечении устойчивого развития региона / И. Ж. Мамаев // Образование и наука в России и за рубежом. – № 6. – 2020. – URL: <https://www.gymnal.ru/statyi/ru/2186/> (дата обращения: 29.03.2023).

5. Ершова, Л. В. Современное состояние и перспективы развития туризма в Республике Алтай / Л. В. Ершова // Туризм как фактор устойчивого развития региона : сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Горно-Алтайск, 25–26 апреля 2019 года. – Горно-Алтайск : Горно-Алтайский государственный университет, 2019. – С. 10–14.

6. What Sustainable Tourism Is + Why It Is The Most Important Consideration Right Now // Tourism teacher : [сайт]. – URL: <https://tourismteacher.com/sustainable-tourism/> (дата обращения: 29.03.2023).

УДК: 338.48

Некоторые аспекты развития туризма в Онгудайском районе

Поп Екатерина Николаевна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
кандидат экономических наук, доцент, Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск*

popkaterina1333@gmail.com

Мирзоян Жанна Вачагановна

*старший преподаватель кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск*

mirzoyan_zhanna@mail.ru

Аннотация. Каждый район Республики Алтай является по своему уникальным и привлекательным для туристов. Онгудайский район имеет огромный потенциал развития в данном виде деятельности. В статье проводится анализ туристических потоков, на которые необходимо ориентироваться при реализации стратегии развития туризма в указанном районе.

Ключевые слова: туристский поток, въездной туристический поток, туризм, Онгудайский район, Республика Алтай.

Some aspects of the development of tourism development in the Ongudai region

Pop Ekaterina

*associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Gorno-Altai State University,
Gorno-Altaiisk*

popkaterina1333@gmail.com

Mirzoyan Zhanna

*senior Lecturer, Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk*

mirzoyan_zhanna@mail.ru

Annotation. Each district of the Altai Republic is unique and attractive for tourists in its own way. Ongudai district has a huge development potential in this type of activity. The article analyzes the tourist flows that need to be guided when implementing a tourism development strategy in the specified area.

Keywords: tourist flow, inbound tourist flow, tourism, Ongudai district, Altai Republic.

Ведение бизнеса на туристическом рынке является неотъемлемой частью сервисных услуг, и является сферой деятельности с относительно стабильным, средним уровнем доходности. Как правило, последние две составляющие и представляют ценность для государственного финансирования.

Экономический потенциал туризма в Онгудайском районе практически не исчерпан, однако для его становления и развития потребуются значительные капиталовложения и затраты. Создание необходимой инфраструктуры для туризма позволят обеспечить доступность уникальных уголков природы для туристов.

Дадим краткую характеристику территории, на которой планируется активное развитие туристической деятельности.

Онгудайский район находится в центральной части Республики Алтай, в её горно-степной зоне и граничит со всеми районами республики, кроме Майминского и Турочакского, поэтому на территории муниципального образования встречаются практически все ландшафты, которые имеются в других районах Республики Алтай.

Одним из приоритетов социально-экономического развития является использование географического положения муниципального образования «Онгудайский район», находящегося в центре Республики Алтай. Муниципальное образование своего рода транспортный узел Республики Алтай, через который осуществляются основные транспортные потоки и осуществляются все коммуникации граждан, хозяйствующих и властных субъектов самой Республики. Красивые ландшафты высокогорья, обилие археологических памятников разных эпох и народов, вызывают интерес, как у отечественных, так и у зарубежных туристов. Сдерживающим фактором является отсутствие соответствующей инфраструктуры.

Уникальность территории в наличии дороги федерального значения Р-256 («Чуйский тракт») с твердым покрытием - 193,52 км. Чуйский тракт - основная транспортная магистраль муниципального образования. На участке Чуйского тракта, проходящего через муниципальное образование «Онгудайский район», сооружено 17 мостов грузоподъемностью 10 и выше тонн. Также на территории муниципального образования находятся самые высокие точки Чуйского тракта – Семинский перевал (1894 м) и перевал Чике-Таман (1296 м). Это делает территорию привлекательной для туристов.

Основными стратегическими приоритетами социально-экономического развития муниципального образования «Онгудайский район» на 2018 - 2035 годы определены развитие сельского хозяйства и пищевой промышленности, создание туристской инфраструктуры круглогодичного действия, развитие культурно-познавательного, экологического туризма, развитие транспортной, энергетической и социальной инфраструктуры, развитие малого бизнеса.

В 2015 году в с. Купчегень был создан Центр народных художественных промыслов и ремесел «Алтай», где работают несколько цехов по различным видам народного прикладного творчества. Всего в Центре было создано 8 мастерских: по художественному литью, по изготовлению шорно-седельных изделий, по художественной резьбе по кости и рогу, по войлоку и национальным костюмам, по художественной ковке (кузница), гончарная, по резьбе по дереву. Работы мастеров Центра неоднократно получали высокие оценки на российских межрегиональных и республиканских конкурсах и выставках. Мастера Центра проходили обучение, обменивались опытом работы с мастерами Республики Саха (Якутия), Тыва, Хакасия, Алтайского, Красноярского края, участвовали в международном обмене опытом с мастерами Монголии, штата Мантано, Колорадо США и по агротуризму в странах Чехия, Польша, Германия. Мастерами Центра проводятся обучающие семинары для жителей Республики Алтай.

Этот факт также является конкурентным преимуществом района и способствует привлечению туристов. Потенциал мастеров важно использовать для организации досуговой деятельности туристов.

Проанализируем тенденции турпотоков в Россию. Это позволит выявить страны, представляющие потенциал для Республики Алтай и Онгудайского района в частности. Анализ представим по данным официальной статистики.

Данные таблицы 1 наглядно показывают, что в РФ турпоток въезжающих туристов до 2020 года оставался стабильным на уровне 24 млн. ед. Резкое снижение произошло в 2020 году и последующий период (по причине пандемии) на 74% по сравнению с 2019 годом. В 2021 году поток увеличился.

Общий туристский поток в Республику Алтай за 2021 год составил 7,07 млн туристских посещений, что выше уровня 2020 года на 11%. В течение года турпоток был распределен следующим образом:

активный турсезон: июнь – август включительно – 67% посещений;

межсезонье: апрель, октябрь, ноябрь – 17% посещений;

зимний сезон: январь, февраль, март, декабрь – 15,8% посещений.

В таблице 1 представлены страны, из которых наблюдался самый высокий турпоток. Следовательно, на них в первую очередь нужно будет ориентировать свой бизнес в части организации кухни, распространения рекламы, детального изучения их национальных особенностей и предпочтений. Как видим, это в первую очередь Армения, Беларусь, Германия, Киргизия, Италия. Как перспективные страны можно рассматривать Японию, Израиль, Киргизию, Корею, Азербайджан.

В современный период господства неблагоприятных факторов сфера туризма должна все-таки в первую очередь ориентироваться на привлечение туриста из регионов РФ.

Таблица 1 – Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию (тыс.ед)

Страны	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютное изменение 21г/20г	темп роста 21 г/20 г в %
Всего по странам мира	24 570	24390	24 550	24 418	6 358	7 079	720	111
Азербайджан	898	876	893	910	186	130	-56	70
Армения	596	584	565	550	106	180	73	169
Беларусь	133	152	149	143	51	58	6	112
Эстония	414	414	477	523	93	17	-76	19
Финляндия	1 319	1 016	949	895	165	26	-138	16
Франция	176	185	207	222	31	22	-9	69
Германия	566	580	645	689	52	91	38	173
Израиль	179	182	224	256	30	13	-17	44
Италия	191	188	205	231	21	22	1	101
Япония	84	101	105	112	12	3	-9	27
Казахстан	3 564	3 484	3 510	3 563	685	565	-120	82
Республика Корея	161	253	360	431	34	9	-24	28
Киргизия	397	421	451	442	65	132	67	204

Посмотрим динамику последних лет по России и по Сибирскому федеральному округу для сравнения (таблица 2).

Таблица 2 – Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения (тыс.человек)

Регионы РФ	2018	2019	2020	2021	Абсолютное Изменение 21г/20 г	Темп роста 20 г/21 г в %
Российская Федерация	60 921	65 185	45 223	58211	12 988	129
Сибирский федеральный округ	4 831	4 992	3 458	1468	-1 989	42
Республика Алтай	196	222	148	139	-8	94
Республика Тыва	35	39	34	506	472	1484
Республика Хакасия	164	184	107	540	432	502
Алтайский край	668	702	488	495	6	101
Красноярский край	730	808	527	565	37	107
Иркутская область	724	734	555	815	259	147
Кемеровская область - Кузбасс	572	572	384	512	128	133
Новосибирская область	983	1 029	763	282	- 481	37
Омская область	518	479	325	2091	1 765	643
Томская область	236	219	122	257	134	210

Перемещение туристов внутри регионов в 2020 году резко уменьшилось по всем территориальным делениям. Однако в 2021 году наоборот видим увеличение этого показателя, что благоприятно для развития турбизнеса в Онгудайском районе. Для примера представлены данные по Сибирскому федеральному округу. Показатель по РА максимально оказался близок к тенденции по РФ. Кроме того, экология и внутренний туризм – это тренд Онгудайского района, в который можно успешно вписаться.

Снижение турпотоков говорит об острой необходимости координации действий в части поддержки сферы туризма, поиска для нее новых каналов туристических потоков, средств привлечения туристов, новых услуг и пр..

Отметим, что в текущем году отмечается постепенное восстановление экономической активности. Адаптация бизнеса и населения к сложившимся условиям позволяет рассчитывать на дальнейшие положительные тенденции. Однако, к этой активности нужно быть готовыми по возможностям предоставления средств размещения. Далее, в Онгудайском районе актуально сегодня создавать инфраструктуру для турпредприятий, которые имеют своей целью организовать круглогодичное обслуживание туристов. По статданным в районе таких коллективных средств размещения менее 38,4 %.

Создание условий для развития туротрасли в Онгудайском районе является одним из эффективных рычагов воздействия на перестройку экономики района. Развитие турбаз и их инфраструктуры окажет стимулирующее воздействие на торговлю, строительство, транспорт, сельское хозяйство, объекты культуры. Результатом будет привлечение дополнительных финансовых ресурсов в экономику района, обеспечение занятости населения и спроса на продукцию местных товаропроизводителей.

Библиографический список

1. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию // Федеральное агентство по туризму : [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu-rosstat> (дата обращения: 06.04.2023).

2. Администрация Онгудайского района : официальный сайт. – URL: <http://www.ongudai-ra.ru> (дата обращения: 06.04.2023).

3. Онгудайский район // Алтай туристический : [сайт]. – URL: <https://www.vtourisme.com/altaj/infrastruktura/respublika-altaj/rajony/208-ongudajskij-rajon> (дата обращения: 06.04.2023).

4. Онгудайский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/media/interaktivnaya-karta/ongudayskiy-rayon> (дата обращения: 06.04.2023).

2 Факторы и условия, влияющие на развитие туристско-рекреационной деятельности в регионе

УДК: 338.48

Объекты супраструктуры в системе формирования сети туристских маршрутов на примере сквера Нагорный г. Бийска Алтайского края

Кобызев Николай Сергеевич

*старший преподаватель кафедры менеджмента и туризма
Института естественных наук и профессионального образования,
Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукишина, Бийск
professor_tour@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается один из важных компонентов городской среды – супраструктура сквера Нагорный города Бийска Алтайского края. Данный сквер построен в 2021 году рядом с разобранной школой. Помимо этого, рядом со сквером находится гостиница «Под телевышкой». В сквере ежедневно гуляет много людей, но на долгое время оставаться в сквере у них нет желания, не смотря на его красоту и хорошо оборудованные спортивные и смотровую площадки.

Актуальность исследования заключается в создании комфортной среды для гостей города и жителей поселка Нагорный путем сооружения заведений общественного питания и культурно-образовательной направленности, так как для жителей посёлка учреждения досуга, культурно-массовой направленности находятся далеко за границами поселка, не смотря на нахождение самого посёлка Нагорного в черте города Бийска.

Ключевые слова: сеть, маршрут, туризм, инфраструктура, супраструктура, география, среда, градостроительство, устойчивость, развитие, регион.

Suprastructure objects in the system of forming a network of tourist routes on the example of the Nagorny square in Biysk, Altai krai

Kobyzev Nikolay

*senior Lecturer of the Department of Management and Tourism of the Institute of
Natural Sciences and Vocational Education, Altai State Humanitarian Pedagogical University
named after V.M. Shukshin, Biysk
professor_tour@mail.ru*

Annotation. The article considers one of the important components of the urban environment – the suprastructure of the Nagorny Square in the city of Biysk, Altai Krai. This square was built in 2021 next to the dismantled school. In addition, there is a hotel «Under the TV tower» next to the square. A lot of people walk in the square every day, but they have no desire to stay in the square for a long time, despite its beauty and well-equipped sports and viewing platforms.

The relevance of the research lies in creating a comfortable environment for city guests and residents of the village of Nagorny by constructing catering establishments and cultural and educational orientation, since for residents of the village leisure facilities, cultural and mass orientation are located far beyond the boundaries of the village, despite the location of the village of Nagorny within the city of Biysk.

Keywords: network, route, tourism, infrastructure, suprastructure, geography, environment, urban planning, sustainability, development, region.

Для любого населенного пункта, в котором живут и трудятся люди, неотъемлемой частью городской среды являются зоны отдыха. К таким зонам относятся скверы, бульвары,

парки и рекреационные комплексы. Для восстановления жизненных сил каждому человеку необходимы ежедневные прогулки на свежем воздухе.

Для жителей поселка Нагорный г. Бийска Алтайского края зонами отдыха могут служить две такие единицы: парк Г.Г. Карпушкина, а также сквер Нагорный имени Ю.А. Гагарина (в просторечье – Гагаринский парк). Данный сквер был построен и реконструирован в постковидный период, 2021 году (рисунок 1).



Рисунок 1 – Паспорт сквера Нагорный

Ежедневно его посещают не только жители поселка и города, поднимаясь на смотровую площадку, с которой виден весь город, а также в ясную погоду – окраины Алтайских гор, что само собой уже является очень ценным местом для первого знакомства с Алтаем для гостей региона. Недаром в находящейся в непосредственной близости гостинице «Под телевышкой» любят останавливаться гости города и люди, направляющиеся на дальний отдых для занятия активным туризмом в бескрайних просторах Горного Алтая.

Данный сквер оборудован скамейками, тренажерной и гимнастической площадками для занятия физической культурой. Помимо праздного интереса, сквер не оставляют без внимания молодежь. Сам сквер (рисунок 2) Нагорный расположен в удобном месте на ровной суглинистой площадке.

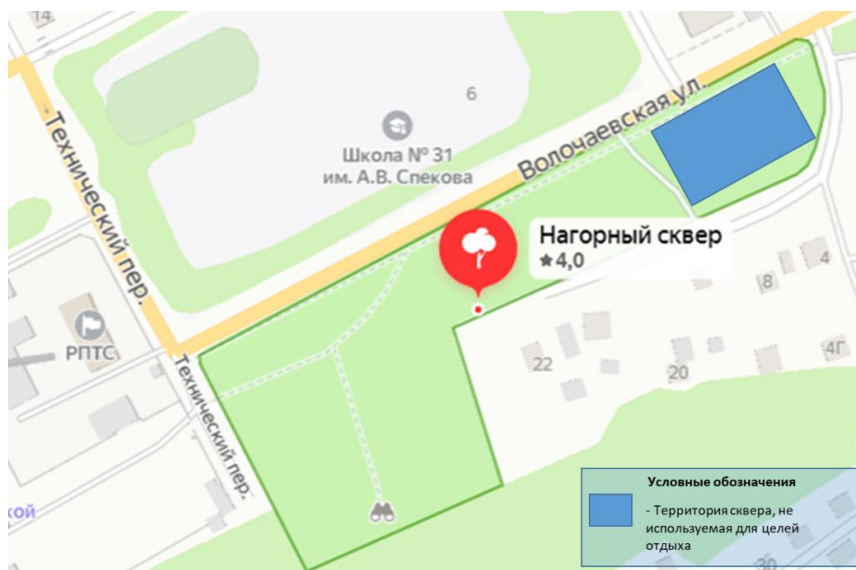


Рисунок 2 – Карта сквера Нагорный (Яндекс карта)

Ранее, перед началом строительства сквера, в нем планировалось построить колесо обозрения, но ответственные застройщики передумали производить данное мероприятие из-за грунта парка, состоящего из сейсмически неустойчивого грунта (рисунок 3).



Рисунок 3 – Вид на сквер Нагорный [1]

Динамика посещения сквера прослеживается постоянно. Особенно сквер любят посещать в вечерние часы и в выходные дни (рисунок 4).

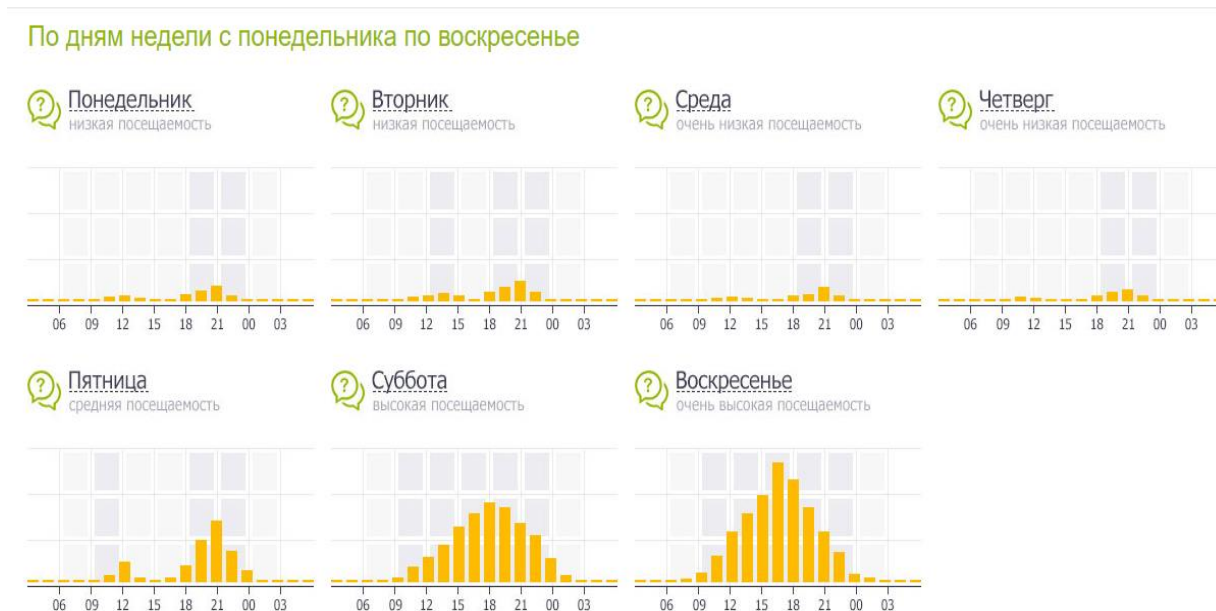


Рисунок 4 – Посещаемость сквера Нагорный отдыхающими людьми [3]

Время прогулки обычно занимает не более 1 часа в летнее время и около получаса в зимнее и осенне-весенний период. Время пребывания в парке минимально из-за отсутствия возможности разнообразить свой досуг. Некоторые люди отправляются в город для посещения объектов общепита и развлечения.

Школьники, учившиеся в находящейся в непосредственной близости со сквером в демонтированной школе [2], вынуждены на выделенном городской администрацией автобусах добираться до других школ на время строительства новой школы.

Тем временем, пока дети ждут автобус, возникает острая необходимость укрытия от дождя и снега. Таковой возможности нет, хотя территория рядом со сквером достаточно просторная, что может быть хорошим вариантом для организации строительства организации общественного питания, досуга и отдыха, либо другой сферы услуг, нацеленной на привлечение потенциального потребителя.

В цену того, что сквер находится на въезде в город Бийск, примыкает к гостинице, а также находится рядом со школой (рисунок 2), можно организовать совместно с группой предпринимателей комплексное сооружение для развлечения, дополнительного образования и общественного питания (рисунок 5).

Площадь данного участка составляет по расчетам около 2730 кв.м., чего достаточно для постройки небольшого развлекательного центра с комплексом услуг.



Рисунок 5 – Не используемые границы сквера [4]

В заключении необходимо отметить, что создание подобных объектов сможет не только разнообразить досуг местного населения и гостей региона, но также сможет привлечь дополнительный капитал в город. Данная тенденция повышения количества супраструктурных объектов сможет дополнительно заинтересовать туристов и гостей региона.

Библиографический список

1. Бийск с высоты – ворота Алтая // 24warez.ru : [сайт]. – URL: <https://24warez.ru/main/photo/1157613601-bijsk-s-vysoty-vorota-altaja.html> (дата обращения: 27.02.2023).
2. В Бийске приступили к демонтажу здания школы № 31 // Газета «Бийский рабочий» : [сайт]. – URL: <https://biwork.ru/gorod/38697-v-bijske-pristupili-k-demontazu-zdania-skoly-no31> (дата обращения: 27.02.2023).
3. Нагорный сквер г. Бийск - официальный сайт про эко отдых // Все парки.ру : [сайт]. – URL: <https://vseparky.ru/sfo/altaiskii-krai/biiskii-raion/g-biisk/nagornyi-skver-454070.html> (дата обращения: 27.02.2023).
4. Нагорный сквер г. Бийск // Яндекс Карты : [сайт]. – URL: https://yandex.ru/maps/org/nagorny_skver/151728933402/?ll=85.199064%2C52.548545&z=17 (дата обращения: 27.02.2023).

**Enhancing the quality of hospitality and tourism education in Kazakhstan:
opportunities and challenges**

Abdirazakov Nurzhan

lecturer at the department of «Economics and business» METU University (KazETU),

Almaty, Kazakhstan

nurzhan.abdirazakov@gmail.com

Annotation. This descriptive paper discusses the challenges faced by the hospitality and tourism industry in Kazakhstan in finding qualified personnel despite changes made to the educational system to cater to the demand for skilled professionals. The paper identifies a gap between theoretical knowledge provided by education and the practical skills required in the industry. The research objectives are to identify the level of competitiveness in the field of hospitality and tourism education and industry in Kazakhstan and to provide recommendations for the preparation of professionals in the hospitality and tourism industry. The paper suggests that academic hospitality programs should pay attention to the gaps in the curriculum and keep pace with the changing demands of the industry to be effective. The paper also recommends providing practical programs with relevant content and responding to the demand for qualified workers. The paper highlights the importance of experiential learning programs and adapting educational programs to changes in technology.

Keywords: tourism education, tourism, education, training

In recent times, several countries have been prioritizing the growth of their tourism industry to boost their economies. As a result, there is now a greater emphasis on training professionals in the field. Kazakhstan has also made changes to its educational system to cater to the demand for skilled personnel in the hospitality sector. However, despite these efforts, the industry still faces difficulties in finding qualified personnel. This is because there is often a gap between the theoretical knowledge provided by education and the practical skills required in the industry. Therefore, there is a pressing need for stronger collaboration between education and the tourism industry, not just in Kazakhstan but also in other countries.

The teaching of hospitality does not adequately prepare students for employment in the field, as it does not reflect current trends in the industry and fails to provide teachers of hospitality with the necessary resources to prepare students for the workforce [1]. Current education in the field of hospitality in Kazakhstan is generally broad, providing knowledge about the industry as a whole but neglecting important areas such as management, marketing, accounting, and auditing. Furthermore, practical training, understanding of work culture, and knowledge of the specific aspects of the hospitality industry are often lacking in the education of hospitality students. It is essential for hospitality students to gain practical experience and be exposed to the hospitality industry through internships and other forms of hands-on training. However, in Kazakhstan, educational institutions providing hospitality education have not given enough importance to the practical experience that is necessary for the industry, which has a significant impact on the quality of education provided. The main purpose of the research is to identify the level of competitiveness in the field of hospitality and tourism education and industry in Kazakhstan, as well as to identify possible reasons for this competitiveness. The research objectives are as follows: 1) Identify possible reasons for the competitiveness issues in the field of hospitality and tourism education and industry in Kazakhstan; 2) Provide recommendations for the preparation of professionals in the hospitality and tourism industry. The research will be conducted using secondary data through discussing the literature.

According to Johnstone [2], there is a significant discrepancy between the demands of the hospitality industry for formal preparedness and job performance. Johnstone's research identifies the difficulties of the hospitality industry and suggests that it is closely related to education. Academic hospitality programs should pay attention to the gaps in the curriculum, but they often

leave it to the employers to teach the necessary skills to their employees. Workers may believe that their preparedness for work is inadequate after completing their education. They may also recognize that some workers who are hired are lacking in necessary skills. According to the study conducted by Goodman & Sprague [3], this problem results in the departure of qualified individuals. Hospitality education programs must keep pace with the changing demands of the industry to be effective. Understanding these issues is essential because they shape the future of the field. Despite the rapidly changing trends in the industry, the hospitality industry continues to operate efficiently. Therefore, hospitality education programs need to be proactive in responding to these changes by providing practical programs with relevant content and responding to the demand for qualified workers.

In this field, there are several examples of the highest quality education resources available worldwide. Cornell University's Management School utilized an innovative approach to satisfy students and employees' needs, called the Managing Principles course. This course emphasizes creating a viable «real-life» business plan, followed by researching, planning, and executing the plan through practical research projects. Participants are also required to take the curriculum of the so-called consultants. This course assists students in learning from their own «real-world» experiences. Cornell University refers to its Business Group Experience course as an experiential learning program. The University of Wisconsin-Stout designed an innovative program of applied management, including the program's innovative design of research management. Students are required to run two cafeterias on campus and work. According to Darrell VanLoenen, the director of the program of the university's guest house, restaurant, and tourism management, This is a real-world environment that allows them to test their mettle, learn from their mistakes, and build on their successes [4].

It is perceived that the most effective way to teach in all of the institutes mentioned above is through experience. Without practical application, theoretical knowledge is incomplete. To satisfy the main goal of education, which is to ensure satisfaction with the quality of education provided, educational programs should be designed in accordance with the current requirements of this field. Students should be encouraged to participate in educational programs on time in order to shape their readiness. According to Kluge [9], the information technologies used in educational institutions help prepare students for the hospitality industry. Crockett [7] suggests that academic programs should be technology-supported and educational programs should adapt to changes. In the 2001 report of the National Restaurant Association, technological changes were identified as one of the top 10 trends that have influenced the restaurant industry until 2011 [10]. Mark Hamilton, director of the technology research and education center at Conrad Hilton College, said, "The power of technology is changing the way we educate students, providing them with the necessary foundation in core knowledge, skills, and attitudes" [10]. Many companies that cannot compete in the current hospitality industry at the regional and international levels are increasing in number. This is due to the fact that the nature of organizing these companies has changed significantly, as well as due to the rapid changes in all sectors of the service industry and the fierce competition.

In 1998, a study conducted by Breiter & Clements [13] identified three main factors essential for the satisfaction of tourists who have newly discovered the beauty of nature: trails, management-visitor relations, and employee-visitor relations. According to Breiter & Clements (1998), the study aimed to establish an educational plan for the future by providing students with the necessary basic concepts and preparing them for the novelties of the future. They emphasized that in the 21st century, human and environmental relationships would be essential. This study aimed to identify the reasons for the difference between the expectations of tourism companies and the satisfaction of tourists, as well as the differences between the expectations of students and the tourism companies.

In addition to the importance of practical training and technology in hospitality education, another critical aspect that should not be neglected is the development of soft skills among students. According to a report by the World Economic Forum, the top 10 skills needed for the workforce of the future include critical thinking, creativity, communication, and collaboration. These skills are

essential in the hospitality industry, where employees are required to interact with customers and colleagues from diverse backgrounds. Therefore, hospitality education programs should focus on developing students' soft skills through various methods, such as group projects, communication exercises, and cultural awareness training. Students should also be encouraged to participate in extracurricular activities, such as clubs and organizations, to enhance their leadership and teamwork skills. In addition, hospitality education programs should collaborate with industry partners to provide students with real-world experiences and networking opportunities, which can further develop their soft skills.

Moreover, the issue of sustainability has become increasingly important in the hospitality industry, and hospitality education programs should integrate sustainable practices into their curriculum. This includes teaching students about environmentally friendly practices, such as reducing food waste and energy consumption, and socially responsible practices, such as supporting local communities and promoting diversity and inclusion. The competitiveness of the hospitality industry in Kazakhstan can be improved by addressing the gaps in the current education system. Hospitality education programs should provide practical training, focus on developing soft skills, integrate technology, and promote sustainable practices. By doing so, graduates will be better prepared for the demands of the industry, leading to the growth and success of the hospitality sector in Kazakhstan. Another important aspect to consider when it comes to the education of hospitality students in Kazakhstan is the need for cultural sensitivity and diversity training. As the industry becomes more global, hospitality professionals need to be equipped with the skills and knowledge to effectively interact with people from different cultures and backgrounds. According to studies, cultural sensitivity and diversity training should be an integral part of hospitality education programs. Students need to understand the different cultural nuances, customs, and traditions to better serve customers from diverse backgrounds. Furthermore, hospitality students should also be trained in languages to improve their communication skills with customers from different countries. The lack of language proficiency is a major barrier for hospitality professionals in providing quality service to customers who speak different languages. Additionally, sustainability and environmental concerns are becoming increasingly important in the hospitality industry. Hospitality education programs in Kazakhstan should incorporate sustainability practices and environmental awareness into their curriculum. Hospitality professionals need to be equipped with the knowledge and skills to operate hotels, restaurants, and other hospitality establishments in an environmentally sustainable way. This includes reducing waste, conserving energy, and implementing sustainable practices throughout the organization. Integrating sustainability education into hospitality programs can have a positive impact on students' attitudes towards sustainability and their willingness to incorporate sustainable practices in their future careers. Finally, it is essential for hospitality education programs in Kazakhstan to foster entrepreneurship and innovation among their students. As the industry becomes more competitive, hospitality professionals need to be equipped with the skills and knowledge to identify new business opportunities, develop innovative products and services, and effectively market them to customers. Hospitality education programs should incorporate entrepreneurship education and provide students with opportunities to develop their entrepreneurial skills. This includes teaching students how to identify business opportunities, develop business plans, and secure funding for their ventures. The education of hospitality students in Kazakhstan needs to incorporate practical training, cultural sensitivity and diversity training, sustainability education, and entrepreneurship education to prepare students for the changing demands of the industry. By providing students with the necessary skills and knowledge, hospitality education programs can help bridge the gap between academic preparation and job performance and prepare students to become successful hospitality professionals.

In conclusion, the field of hospitality and tourism education in Kazakhstan faces challenges that need to be addressed in order to ensure the competitiveness of the industry. The research has identified that the current education system in the field of hospitality in Kazakhstan is broad but neglects important areas such as management, marketing, accounting, and auditing. Additionally,

practical training and exposure to the industry are often lacking in the education of hospitality students. It is essential for hospitality students to gain practical experience and be exposed to the hospitality industry through internships and other forms of hands-on training. The research also identified the importance of keeping pace with the changing demands of the industry. Educational programs should be designed in accordance with the current requirements of the industry, and students should be encouraged to participate in educational programs on time to shape their readiness. Technology-supported academic programs are also necessary, as the power of technology is changing the way we educate students, providing them with the necessary foundation in core knowledge, skills, and attitudes. To ensure that the hospitality and tourism industry in Kazakhstan remains competitive, it is essential to provide students with a comprehensive education that includes practical training and exposure to the industry. The industry needs to work with educational institutions to ensure that the curriculum is relevant and that students are prepared to meet the changing demands of the industry. Finally, it is clear that the hospitality and tourism industry in Kazakhstan is vital to the country's economy. Therefore, it is crucial to address the issues facing the industry and invest in its future. With the right investment and support, the hospitality and tourism industry in Kazakhstan can continue to grow and thrive, contributing to the economic growth of the country while providing employment opportunities for the citizens.

References list

1. Dale, C. The theming of tourism education: a three-domain approach / C. Dale, N. Robinson // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2001. – 13 (1). – P. 30–34.
2. Airey, D. Issues for the future / D. Airey, J. Tribe // *An international handbook of tourism education*. – UK : Elsevier, 2005. – P. 501–506.
3. Asirifi, G. H. The Gap between the Hospitality Education and Hospitality Industry / G. H. Asirifi, V. Doku, S. Morrison [et al] // *Journal of Education and Practice*. – Vol.4. – № 24. – 2013. – URL: <http://www.iiste.org> [access: 06.12.13].
4. Johnstone, D. College at work: partnerships and rebuilding of American competence / D. Johnstone // *Journal of Higher Education*. – 1994. – № 65 (2). – P. 168–181.
5. Goodman, R. J. The future of hospitality education; meeting the industry's needs / R. J. Goodman, L. G. Sprague // *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. – 1991. – № 32 (2). – P. 66–69.
6. Fitzgerald, M. J. Learning through a «real world» experience / M. J. Fitzgerald, T. P. Cullen // *The Cornell H. R. A. Quarterly*. – Aug 1991. – P. 85–88.
7. Crockett, L. L. (2002). Real-World Training to Meet a Growing Demand.
8. Techniques. – April 2002. – Vol. 77. – Issue 4. – P. 5–18.
9. Kluge, E. A. A literature review of information technology in the hospitality curriculum / E. A. Kluge // *Hospitality Research Journal*. – 1996. – 19 (4). – P. 45–64.
10. Klassen, A. Hospitality schools strive to keep pace with technology. – 2001.
11. Nation's Restaurant News. – April 16, 2001. – P. 53–56.
12. Cho, W. Just-in-time education: tools for hospitality managers of the future? / W. Cho, C. D. Schmelzer // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – Bradford, 2000.
13. Breiter, D. Hospitality curricula for the 21st century / D. Breiter, C. Clements // *Hospitality & Tourism Educator*. – 1996. – Vol. 8. – № 1. – P. 57–60.

Sustainability of Altai tourism and climate change as a main threat**Kantarci Kemal**

*Prof. Dr. at the Faculty of Tourism, Department of Tourism Management,
Alanya Alaaddin Keykubat University, Alanya/Antalya- Türkiye
tosk-k@yandex.ru*

Kuttubaeva Toskanai

*Candidate of economic Sciences, associate Professor, at the Department of Economics, Tourism,
and Applied Informatics, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
tosk-k@yandex.ru*

Başaran M.A.

*Prof. Dr. at the Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering,
Alanya Alaaddin Keykubat University Alanya/Antalya- Türkiye
tosk-k@yandex.ru*

Annotation. Since the late 1980s, sustainable development and sustainable tourism have been trendy concept that has been extensively researched. The three basic components of sustainability are expressed as economy, people, and environment. Although climate is known as the most important factor in the environment, studies on its place and role in the sustainability process are scarce. It is a unique region in terms of culture and natural resources in the Altai Republic, within the Russian Federation, and in the Siberian region, and tourism is one of the main sources of income. The relationship between sustainability and climate is vital for the tourism sector, which relies on highly sensitive cultural and ecological resources. In this study, climate change in the Altai Republic between 1901-2021 is examined based on the data of the World Bank's basic climate indicators. It is seen that the results of this analysis are very useful findings for sustainable development and tourism in general and tourism.

Keywords: Republic of Altai, Sustainability, Tourism, Climate change, Attractiveness

Introduction

Since the late 1980s, sustainable development and sustainable tourism have become a buzzword in research. However, a review of the literature in this field reveals that the debate on sustainable tourism is 'fuzzy', disorganized, disjointed, and sometimes flawed. Indeed, there appears to be a little in-depth study of the meaning and impact of 'sustainable tourism practices'. Many studies attempt to formulate and discuss 'various principles and assumptions, and these are often case studies exploring ways to put sustainable principles into practice through small eco- or alternative tourism projects (Liu, 2003). Sustainable development and sustainable tourism studies are almost nonexistent, especially in sensitive ecological and cultural areas such as the Altai region.

Studies on the effects of global warming and climate change, which are one of the main elements of sustainable tourism, on sensitive tourism resources are very limited. Indeed, this side of the sustainable tourism debate is largely overlooked and neglected (Liu, 2003). For this reason, it is extremely valuable to work on highly sensitive eco and cultural systems such as Siberia/Altai and this is what this study aims to do.

Literature review

The origins of the concept of sustainability are environmentalism, which came to the fore in the 1970s. In the Brundtland Commission Report in 1987, sustainable development was defined as «development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs». (Liu, 2003:460; Keeble, 1988; 20). The Commission also stressed that sustainable development is not a fixed state of adaptation, but rather a dynamic process of change that «augments and adapts to both present and future potential to meet human needs and aspirations» (Liu, 2003:460; IUCN, 2023; Brundtland, 1987). The Brundtland Commission Report includes two key concepts: first, meeting the needs, and especially the needs of the world's poor,

through a more equitable distribution of opportunities and resources; second, constraints on growth and resource consumption, and preserving the environment's ability to meet future needs (Keeble, 1988; 20).

The Commission strongly emphasizes that to achieve sustainable development and eradicate poverty in the world, we will need a new model of economic growth. But at the same time, wealthier countries will need to adopt lifestyles suited to energy use and planetary protection. Although the concept of sustainable development is simple, it is difficult to implement and requires a wide range of changes in national and international organizations and behavior. And yet, there is no meaningful progress in this regard, and a major deterioration in the environment, which is one of the basic elements of sustainability, is observed with the effect of global warming. This will be evident in this study (Keeble, 1988; 20).

The revival of growth will be of fundamental importance. In the 1970s, when ecological problems first came to the fore, economic growth was seen as the main cause of these problems. But growth is essential for poverty reduction and economic development. For this, a growth of at least 3% per person is needed. In addition, poverty and insecurity reduce people's practices to use resources sustainably, thus increasing pressures on the environment. But growth alone will not be enough; To make growth more sustainable for many years to come, using fewer resources and energy, a change in methods is needed (Keeble, 1988; 20).

Cutting wood for cooking and heating is quite common, especially in rural areas. But if current trends continue, 3 billion people will live where wood is cut faster than it grows or where trees are extremely scarce. In connection with these needs, living practices such as appropriate shelter, clean water, sanitation, and health care must be in line with the needs of the environment. The priorities section of the report focuses on six key environmental and development areas as population growth, food security, loss of species and genetic resources, energy, industry, and human settlements, and proposes some strategies to achieve sustainable development in these areas. The energy advisory panel report highlights the completely unsustainable nature of current energy use patterns and stresses that we need to change our energy policies to protect our planet. Current energy use increases global warming, yet the average person in the industrial West continues to use 80 times more energy than someone in sub-Saharan Africa (Keeble, 1988; 21).

Global warming is defined as the increase in combined surface air and sea surface temperatures worldwide over 30 years. The level of concern regarding global warming is the effects of global warming of 1,5°C above the pre-industrial average temperature and related global greenhouse gas emission pathways. Studies on this subject focus on new life and consumption practices, new energy types, and technologies for strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and poverty eradication (Masson-Delmotte et al., 2022).

Human warming reached about 1°C (possibly) 0,8°C to 1,2°C above pre-industrial levels in 2017), It rises to 0,2°C (probably between 0,1°C and 0,3°C every ten years). Today, the criterion for warming is expressed in terms of the period 1850-1900, which is used as an estimate of pre-industrial temperatures. Warming for periods less than 30 years refers to the estimated average temperature over 30 years focused on that short period, considering the effect of any temperature fluctuations or trends over the 30 years. Based on this criterion, warming from pre-industrial levels to the 2006–2015 decade is estimated to be 0,87°C (probably between 0,75°C and 0,99°C). However, many regions and seasons have already experienced warming above the global average, and the average warming on land is higher than in the ocean. This region and seasons, where warming is seen above the world average, is a very important issue and a serious threat to sustainable development and tourism. The Altai region is one of these regions and is an extremely sensitive ecosystem that is experiencing warming well above the global warming average (Masson-Delmotte et al., 2022).

Identifying the global and local factors and their rates influencing this critical level of warming in the Altai region can be vital. Therefore, this study is a meaningful starting point. Because tourism practices based on natural and cultural resources create an indispensable economy

for the region. It is recommended to carry out more sensitive studies on the effect of global and regional warming on regional resources. In a study conducted for European countries, it was observed that the climate system and economic effects occur simultaneously in more than one European sector at +1,5°C global warming. Scientific findings and targets related to sustainability policies should be correlated and the effects of +1,5°C and +2°C increases on the Altai region should be investigated to adapt to climate change and reduce damages (Jacob et al., 2018).

Tourism, sustainability, and climate change

Measuring sustainability is an important priority for managing the resilience of tourism-based socio-ecological systems. This is particularly important for destinations where tourism activity is concentrated in and around fragile and/or protected areas like Altai. Success cannot be achieved if tourism demand is not fully understood and properly managed. All components of the tourism supply are fundamentally related with attractions. Coordinated and balanced development of all components is critical because the capacity of the tourism industry is determined by the capacity of the weakest components (bottleneck). In general, the number, quality, and size of tourist attractions determine the maximum potential tourism (pull) capacity of a destination (Mikulić, 2015).

Sustainability stands out as a tool to solve the problems of negative effects of tourism and to maintain its long-term viability. The four elements of social change that influence the pursuit of sustainability in tourism are dissatisfaction with existing products, increased environmental awareness and cultural sensitivity, awareness of destinations' valuable resources and vulnerabilities, and changing attitudes of developers and tour operators. The tourism industry aims to reduce the tensions and friction created by the complex interactions between tourists, the environment, and host communities. Thus, the long-term capacity and quality of both natural and human resources are protected (Bramwell and Lane, 2003).

The definition of sustainable development for the World Tourism Organization: "Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems" (Liu, 2003; 460).

Sustainable tourism sees tourism in destinations as a triangular relationship between host areas and communities, visitors, and the tourism industry. In past practices, the tourism sector dominated this triangle. Sustainable tourism seeks to reconcile tensions between the three partners in the triangle and maintain the balance to optimize visitor satisfaction and maximize long-term economic growth for the region to minimize environmental and cultural damage in the long term. It is the way to achieve a balance between the growth potential of tourism and the protection needs of the environment (Lane, 1994). In a similar period, nature-based tourism grew because of different types of holidays and partly because of government initiatives due to its market forces. The demand in this area will continue to grow and diversify. Tourism is seen as a means of rural economic development and a way of protection (Lane, 1994).

However, the rural environment is very fragile. Any kind of rapid changes are easily changed or damaged (or both): Tourism is a strong factor for change. This is an important issue of the role of rural areas as both natural and historical heritage in many countries. These areas are also commercially important. Research shows that ecosystems are a unique point of sale for holidays in rural areas. Customers look for high-quality and 'unspoiled' views for peace, quiet, and to some extent loneliness and personal interest, which can be offered by small-scale tourism enterprises (Lane, 1994).

The three elements of sustainable development are highlighted by WTO (1993) as ecological sustainability, social and cultural sustainability, and economic sustainability. These three dimensions aim to improve the quality of life of the host community, provide a valuable experience for visitors, and maintain the quality of the environment for the local community and visitors. For sustainable development, it is important to continue to invest in three main areas: These are human

resources, sources of natural capital, and support the opportunities to develop new and clean techniques (Kaya et al., 2012; Hjalager, 2004; Meier and Rauch, 1995).

While sustainability in the context of tourism has attracted the attention of researchers for decades, climate change related to tourism has been largely discussed since the late 1990s. The effects of climate change have been increasingly discussed in tourism literature as global warming since the 2000s (Reddy and Wilkes, 2013). “Climate refers to long-term regional or global patterns of temperature, humidity, and precipitation over seasons, years, or decades” (Climate Change Knowledge Portal, 2023).

Earth's climate is changing faster than at any point in its known history, primarily because of human activities. It is seen by scientific studies that increasing carbon emissions will cause at least a few degrees Celsius of global warming by 2100 and this will lead to high local, regional, and global risks on human society and natural ecosystems. Today, the effects of global climate change are seen in every region of the world and in many economic sectors (Climate Change Knowledge Portal, 2023).

Climate change is a long-term phenomenon based on knowledge about the possibility of future climate scenarios and their impact on the tourism system (Weaver, D. (2011). The losses are even greater at 2°C of global warming. It is anticipated that any increase in global temperature (eg +0,5°C) will primarily affect human health with negative consequences. It has been proven that outward migration is seen in agricultural societies during the global temperature increase. It is estimated that a 2°C temperature increase compared to 1,5°C warming will cause further economic declines in low- and middle-income countries and regions (Masson et al., 2022). The first reason is to assess the potential role of climate change in shaping tourism conditions in certain locations. The second reason is to examine the effects of climate change on the attractions and the environment on which tourism practices depend (ECMWF, 2023). Global warming has already impacted tourism with increased risks of warming below 1,5°C in certain geographic areas and for seasonal tourism, including sun, beach, and snow sports destinations (Masson et al., 2022)

Another critical question is how serious climate change is compared to other factors affecting biodiversity. In ecological degradation caused by a certain level of climate change, other factors may do more harm than climate change. For example, habitat destruction through changes in land use; pollution, invasion of ecosystems by non-native plant and animal species (biotic change); and the biological consequences of increased carbon dioxide levels in the atmosphere. However, looking 50 years ahead, the effects of climate will likely become more pronounced than other factors. Impacts are shifts in the geographic range of species, often caused by shifts in normal temperature and humidity patterns that constrain species boundaries. Every 1°C of temperature change moves eco-regions on Earth by about 160 km – for example if the climate warms by 4°C in the next century, species in the Northern Hemisphere will need to find a suitable climate regime by about 500 km (or 500 m higher) and forests are among the most valuable resources of ecosystem products and services. Human health and well-being are directly affected by changing climatic conditions (Thuiller, 2007).

If the climate source is the determinant of tourism demand in a place, then, in theory, tourism demand measures should follow similar seasonal patterns as the Tourism Climate Index (TCI) scores described earlier. Climate has a very strong impact on the tourism and recreation sector, and in some regions, it is the natural resource and attraction on which the tourism industry depends. Few studies have been conducted on how climate change can affect the tourism climate resource and how these changes can determine the competitiveness of a tourism destination. Inter-year climate variability affects the length and quality of recreational seasons and the profitability of the tourism industry (Scott and McBoyle, 2001).

The biometeorological literature on which the weights of the five climate variables that make up the Tourism Climate Index and the thresholds used to design rating systems for each of the five variables are based are described in Mieczkowski (1985; Scott and McBoyle, 2001).

As the sub-indices in the tourism climate index; maximum daily temperature minimum daily relative humidity, total precipitation, total hours of sunshine, the average wind speed, affects the quality, comfort, duration of the tourist experience, and tourism expenditures. In the study of Wilton and Wirjanto (1998), they estimated that temperatures above 1⁰ C over normal summer temperatures increase domestic tourism expenditures by 4%. (Scott and McBoyle, 2001).

The essential climate variables of temperature (mean, min, and max) and precipitation classified and produced data by the Climatic Research Unit (CRU) of the University of East Anglia (UEA) are used in this study for World, Russian Federation and Altai Republic (Harris et al., 2020; 10; Climate Change Knowledge Portal, 2023).

Table 1 – Essential Climate Variables

No	Variable Name	Unit	Description
1	Max-Temperature	°C	Average maximum-temperature
2	Mean Temperature	°C	Average mean temperature
3	Min-Temperature	°C	Average minimum-temperature
4	Precipitation		Precipitation, sum over the identified period.

Source: Harris et al., 2020; 10

Data Analysis

In this article, mean temperatures between 1901 and 2022 are used in the Altay region, Russia, and the World. ARIMA model with a double exponential smoothing method is used in MiniTab14 to generate the next 5-year forecasts. Fig 1 depicts the trend of mean temperatures in the Altay region, which shows a certain increase in the mean temperatures.

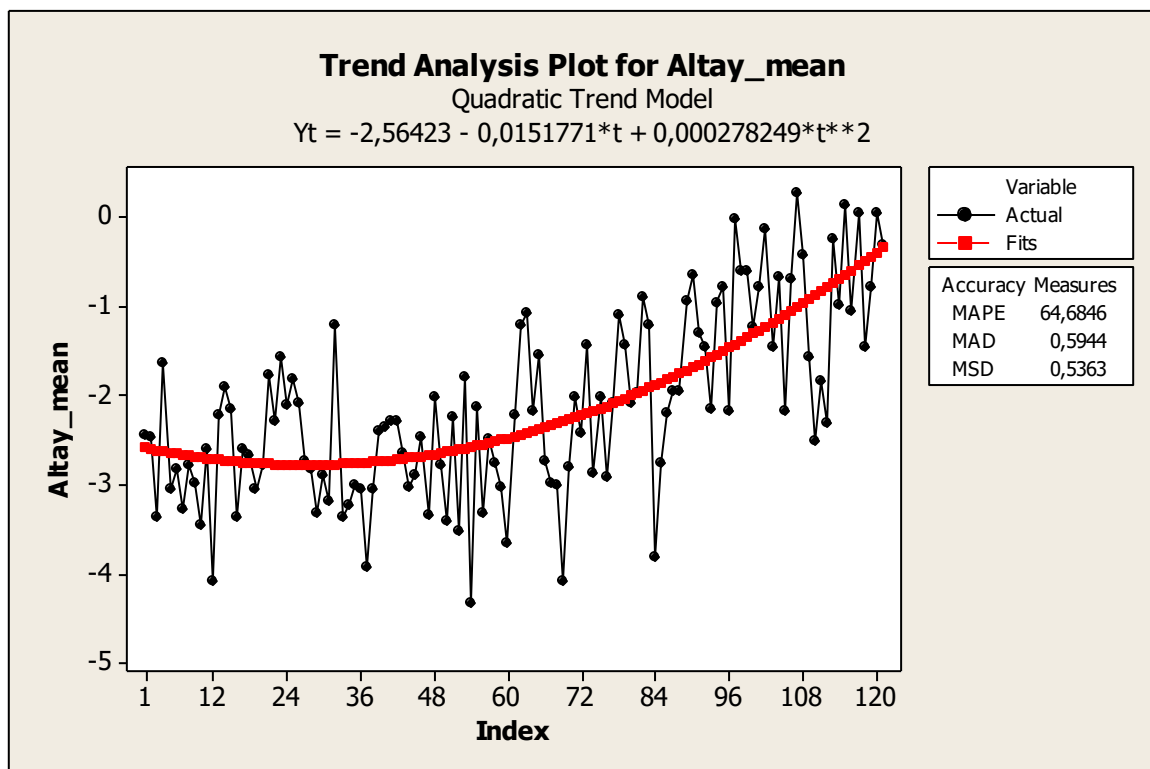


Figure 1 – The mean temperature trend in Altay Region

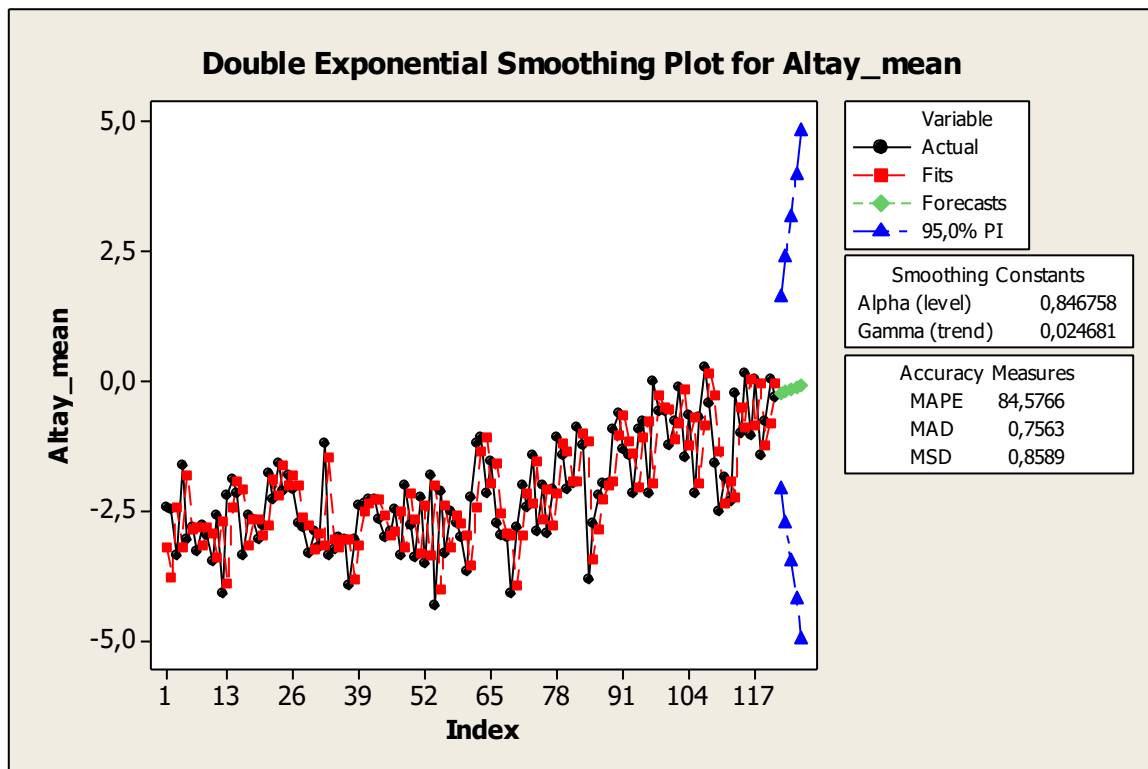


Figure 2 –The time series model (Prediction vs Real)

Table 1 presents the next 5 years' mean temperature forecast with a 95 percent confidence interval.

Table 1 –Mean Forecast for the Next Five Years in the Altai Region

Year	Forecasts	95 percent Lower Bound	95 Percent Upper Bound
2023	-0.21	-2.06	1.63
2024	-0.17	-2.74	2.38
2025	-0.14	-3.46	3.17
2026	-0.10	-4.20	3.98
2027	-0.07	-4.95	4.81

Also, we present forecasts for Russia and the World in Table 2.

Table 2 – Forecasts of Russia and The World for the next 5 years

Year	Russia			The World		
	Forecasts	95 percent Lower Bound	95 Percent Upper Bound	Forecasts	95 percent Lower Bound	95 Percent Upper Bound
2023	-3.32	-4.98	-1.74	14.28	13.90	14.66
2024	-3.29	-5.46	-1.12	14.30	13.78	14.82
2025	-3.26	-6.07	-0.46	14.32	13.66	14.98
2026	-3.24	-6.69	0.21	14.34	13.53	15.14
2027	-3.21	-7,33	0.89	14.35	13.40	15.32

Conclusion

Global warming is a declared emergency issue for the planet, and no such place on the earth is exempt from this phenomenon. However, several regions will be affected by changing degrees. In this article, we used ARIMA double smoothing time series model to generate the next 5 years' forecasts for the Altay region, Russia, and the World. It can be concluded that the historical data show an increase in the temperature in the Altay region, Russia, and the world. The mean temperature in the Altay region gets closer to zero Celsius in the next five years and, if the global warming accelerates, the average temperature would be high to reach positive Celsius.

References list

1. Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice, and sustainability / B. Bramwell, B. Lane (Eds.). – 2003. – Vol. 2. – Channel View Publications.
2. Brundtland, G. H. Our common future – Call for action / G. H. Brundtland // Environmental conservation. – 1987. – 14 (4). – P. 291–294.
3. Climate Change Knowledge Portal : [website]. – 2023. – URL: <https://climateknowledgeportal.worldbank.org/overview> (date of access 03.03.2023).
4. ECMWF : [website]. – 2023. – URL: <https://confluence.ecmwf.int/display/CKB/Climate+Suitability+for+Tourism+Indicators+%28CST+%29%3A+Dataset+description> (date of access 03.03.2023).
5. Harris, I. Version 4 of the CRU TS monthly high-resolution gridded multivariate climate dataset / I. Harris, T. J. Osborn, P. Jones, D. Lister // Scientific data. – 2020. – 7 (1). – 109 p.
6. Hjalager, A. M. Sustainable leisure life modes and rural welfare economy. The case of the Randers Fjord area, Denmark / A. M. Hjalager // International Journal of Tourism Research. – 2004. – 6 (3). – P. 177–188.
7. Lane, B. Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation / B. Lane // Journal of sustainable tourism. – 1994. – 2 (1-2). – P. 102–111.
8. IUCN : [website]. – 2023. – URL: <https://www.iucn.org/> (date of access 03.03.2023).
9. Liu, Z. Sustainable tourism development: A critique / Z. Liu // Journal of sustainable tourism. – 2003. – 11 (6). – P. 459–475.
10. Jacob, D. Kırsallık, Sürdürülebilir Kalkınma ve Kırsal Turizm / D. Jacob, L. Kotova, C. Teichmann [et al] // Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. – 2012. – 3 (2). – P. 113–124.
11. Keeble, B. R. The Brundtland report: ‘Our common future / B. R. Keeble // Medicine and war. – 1988. – 4 (1). – P. 17–25.
12. Global Warming of 1.5° C: IPCC Special Report on Impacts of Global Warming of 1.5° C above Pre-industrial Levels in Context of Strengthening Response to Climate Change, Sustainable Development, and Efforts to Eradicate Poverty / V. Masson-Delmotte, P. Zhai, H. O. Pörtner [et al]. – Cambridge University Press.
13. Meier, G. M. Leading issues in economic development / G. M. Meier, J. E. Rauch. – New York : Oxford University Press, 1995. – Vol. 6.
14. Mieczkowski, Z. The tourism climatic index: a method of evaluating world climates for tourism / Z. Mieczkowski // Canadian Geographer/Le Géographe Canadien. – 1985. – 29 (3). – P. 220–233.
15. Mikulić, J. Weighting indicators of tourism sustainability: A critical note / J. Mikulić, I. Kožić, D. Krešić // Ecological Indicators. – 2015. – 48. – P. 312–314.
16. Scott, D. Using a ‘tourism climate index to examine the implications of climate change for climate as a tourism resource / D. Scott, G. McBoyle // In First International Workshop on Climate, Tourism and Recreation. – Porto Carras : International Society of Biometeorology, 2001. – P. 69–88.
17. Thuiller, W. Climate change and the ecologist / W. Thuiller // Nature. – 2007. – 448 (7153). – P. 550–552.
18. Weaver, D. Can sustainable tourism survive climate change? / D. Weaver // Journal of Sustainable Tourism. – 2011. – 19 (1). – P. 5–15.

Role of destination data management for sustainable development in tourism; Altai case**Kantarci Kemal**

*prof. Dr. at the Faculty of Tourism, Department of Tourism Management,
Alanya Alaaddin Keykubat University, Alanya/Antalya- Türkiye
tosk-k@yandex.ru*

Başaran M.A.

*prof. Dr. at the Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering,
Alanya Alaaddin Keykubat University Alanya/Antalya- Türkiye
tosk-k@yandex.ru*

Kuttubaeva Toskanai

*candidate of economic Sciences, associate Professor, at the Department of Economics,
Tourism, and Applied Informatics, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
tosk-k@yandex.ru*

Annotation. Sustainability is at the core of Destination Management (DM) and ensures the benefits are realized while managing the impacts of tourism. DM involves the management of all aspects of a destination that contribute to a visitor's experience, including the destination's perspectives, needs, and expectations. The three basic components of sustainability are expressed as economy, people, and environment. It is vital to monitor and measure the consumption of these assets and resources as tourist products. For this reason, determining the standards and criteria related to the components of sustainability, continuous monitoring and measurement, and taking implementation decisions according to these results constitute the basis of sustainable development. This study examines the structure and process of this approach and process and explores its application possibilities in the Altai Republic, a tourism region with extremely sensitive cultural and natural resources.

Keywords: Republic of Altai, Sustainability, Tourism, Data Management, Data Types, Destination Management Organization

Introduction

Sustainability is at the core of Destination Management (DM) and ensures the benefits are realized while managing the impacts of tourism (Destination Management Guidelines, 2019).

Measuring sustainability is an important priority for managing tourism-based socio-ecological systems. This is especially important for destinations where tourism activity is concentrated in and around fragile and/or protected areas such as the Altai Territory, which is today part of the Siberian Federal District within the Russian Federation. In tourism destinations, especially in regions with unique characteristics, it is no longer possible to carry out sustainable development-based management and marketing with traditional methods. For this reason, it is vital to make decisions and applications with a smart destination approach, where a wide variety of data management is applied. The capacity of the tourism industry is determined by the capacity of the weakest components (bottleneck) (EU Guide on Data for tourism destinations, 2022).

In general, the number, quality, and size of tourist attractions determine the maximum potential tourism (pull) capacity of a destination (Mikulić, 2015). Destinations that supply these important and sensitive resources need to be managed. Organizations that implement this management can be called «Destination Management Organizations» or «Destination Marketing Organizations». However, it is vital to monitor and measure all components in the destination according to the determined criteria for the management to be carried out according to the sustainable development criteria (Destination Management Guidelines, 2019). The latest concepts and applications in this regard are expressed as «smart destinations based on data management» and their applications based on big data and analytics (Li et al. 2018).

In this study, the process of establishing and implementing «data management» following the sustainable development approach of Destination Management Organizations in the example of the Altai region has been examined.

Literature Review

The Altai Republic, chosen as the research area in this study, is today a part of the Siberian Federal District within the Russian Federation. This region, which has been the Gorno-Altaysk Autonomous Region since 1948, has been administered as the Altai Republic since 12 December 1993. The capital is the city of Gorno-Altaysk. Its area is 92,900 km² and its population is 221,400 (2022). It has a state border with Kazakhstan, China, and Mongolia in the south and southwest. The terrain is mostly mountainous. The highest mountain, Belukha (4,506 m), is the highest point in Siberia. There are about 7,000 lakes. On the territory of the Altai Republic there are two state nature reserves «Altai» and «Katunsky», two state nature reserves of regional importance, National Park «Sailugemsky», four nature parks, and numerous natural monuments. The Golden Altai Mountains are on the UNESCO World Heritage List. Most of the local people of Altai geography live as their ancestors did a hundred years ago and maintain their traditional way of life and quite different and interesting traditions to a large extent (UNESCO, 2023; Konstantinov et al. 2018, s.104; Tishkin and Seregin, 2022; Agatova et al. 2014; Kantarcı, 2022; Rao and Brüggemann, 2007; Yuguşeva, 2001).

Various natural complexes, unique healing resources, significant historical and cultural potential, and transport accessibility attract both Russian and foreign tourists to the region every year. It attracts an average of 2 million tourists annually. Altai region receives only 5% of foreign tourists and 14% of Russian tourists coming to the Siberian Federal District (2017) (Karpova et al., 2019). The region is actively developing medical, recreational, rural, scientific, educational, extreme, event, and business tourism (Federal Tourism Agency, 2023; Republic of Altai, 2023). As the Altai region is a place based on highly sensitive ecological and cultural resources, a destination management and marketing application based on a sustainability approach and data management is considered important. Because the rapid and sustained growth in global travel means that many destinations around the world and the resources within are under pressure from tourism, resulting in overcrowding and adverse effects on the quality of visitor experience, the environment, and communities. (Destination Management Guidelines, 2019; Liu, 2003).

Depending on these developments, concepts, and practices, which are sustainable development and its application in tourism, have been developed. Sustainable development and sustainable tourism have been one of the most researched and developed areas, especially after the 1970s. Today, data management, monitoring, and measuring these systems are the focus of research and studies. All these complex and time-varying structures cannot be realized without a specialized management organization.

Destination Management (DM), includes the management of all aspects of a destination that contribute to a visitor's experience, including the perspectives, needs, and expectations of visitors, the tourism industry, the broader businesses, local people, and central and local government. DM brings together different stakeholders to achieve the common goal of developing a well-managed, sustainable visitor destination. It is an ongoing process that requires destinations to plan, considering social, economic, cultural, and environmental risks and opportunities (Destination Management Guidelines, 2019; Presenza et al. 2005; Manente and Minghetti, 2006). DM requires a holistic and integrated approach with three interconnected components (Destination Management Guidelines, 2019). These are Visitor Experience, Marketing and Promotion, and Resource Management.

Visitors relate to people, places, and products, but they take away experiences and memories that will last a lifetime. Great destinations exceed visitors' expectations and provide a high level of satisfaction. This is how value is created in tourism. DM requires a strong "visitor-centered" approach, with the visitor experience at the center of the decision-making process. Ensures the experience meets the needs of both current and future visitors. This process should be monitored and

measured according to the determined standards and targets, and decisions should be taken according to these results. Therefore, the design and management of the data management process determine the success of this process. Data management is just one of the 16 components of the destination management plan. These are the definition of the destination; definition of vision; data, research, and analysis; strategic fit; positioning of the brand; targeting markets; experience and product development (attractions); access; attitudes; marketing and promotion (awareness); facilities, services, and infrastructure; environmental management; capability and development; leadership and structures; risk and crisis management; measuring success (Destination Management Guidelines, 2019).

Tourism destinations around the world are constantly investing and developing new strategies to increase their interest in potential visitors and to better manage their tourism flows. (EU guide on data for tourism destinations, 2022). The 2020 pandemic outbreak has accelerated the generation of new ideas and initiatives in the digitalization process and is often based on smart data management.

A smart tourism destination is defined as a destination that makes tourism sustainable and accessible, where different stakeholders facilitate access to tourism and accommodation products, services, spaces, and experiences through ICT-based innovative solutions, eventually under the coordination of a Destination Management Organization. This requires addressing and improving the quality of life of the local population benefiting from sustainable socio-economic development and actively being involved in the digital culture promoted in the region (EU Guide on Data for tourism destinations, 2022).

Three megatrends are seen to predict the evolution of data use for tourism. In the tourism sector, different types of trends can be observed and predicted, occurring in different periods corresponding to the short term (up to 2024), the medium term (up to 2030), and the long term (up to 2050). Such trends can be grouped into three megatrend categories presented as follows: 1. Technological progress, 2. Socio-demographic changes, 3. Sustainable development and environmental neutrality and changes in the political and regulatory landscape across these three categories also need to be closely evaluated.

Aging populations and rising digital literacy rates represent two defining demographic trends with direct implications for the tourism industry. The growth of connectivity and distributed infrastructures are making digital transformation increasingly accessible, and capillary data represents the primary fuel for many of these forces. Big Data, Recommender Systems, Cloud computing, Augmented Reality, Artificial Intelligence, Sensors, and evolution in the Internet of Things (IoT), Cybersecurity and blockchain, Metaverse, and Robotics for tourism are the developing topics in this field (EU Guide on data for tourism destinations, 2022; Zhang, 2021; Weaver, 2021).

Although the issue of how tourism uses data is of vital importance, it has not been studied much. Effective and efficient use of data provides numerous opportunities for both destinations and companies to forecast tourist demand and plan operations more effectively. Cases of smart data use for tourism are increasing worldwide by both public authorities and private sector actors. This is in line with the general trend toward developing datasets and data analytics models based on data interoperability and standard. To fully understand the potential to leverage multiple data sources, an important step is to map the tourism ecosystem and identify 1. The purpose of collecting and analyzing tourism data, 2. All key stakeholders and potential data users and producers, 3. Existing data types and main data sources that make up the defined datasets.

These three dimensions are the basis for identifying possible data flows and high-value datasets that destinations often already have but are not fully aware of the potential that can be unlocked through their use. Actors in the entire tourism ecosystem, both in the public and private sectors, can benefit from the availability and use of tourism data to improve their strategies, optimize their operations, and improve their offerings.

The primary purpose of data use relates to the development of tourism services that are increasingly personalized and based on a higher degree of interaction with the customer/end

user. The second area of data purpose concerns improvements in market analysis and decision-making in conjunction with higher data availability and improved data analytics capabilities by tourism destinations.

Increasing the sustainability and accessibility of the destination is another significant data usage reason. Advanced data analysis and management can also improve the relationship between the tourism industry and the destination's environment, creating positive effects on society at large. The latter could result, for example, in better tourism experiences for vulnerable or disadvantaged groups as well as improved management of tourism flows to increase local people's well-being or reduce tourism burdens. Increasing the overall efficiency of the tourism ecosystem through smart solutions can also improve the overall transparency and inclusion of local communities. Data from different sources can be used to achieve these purposes (EU Guide on Data for tourism destinations, 2022; Liet.al., 2018).

User-generated content (generated data provided by the tourists themselves or in some cases by residents) can be divided into two main subcategories of UGC, textual information and photographs. Textual information consists of feedback that tourists share about their experiences, such as reviews, posts, blog articles, or contributions to surveys.

Implementing data-driven approaches based on smart tourism presents several challenges. Such challenges must be recognized and considered in designing strategies to address them. Being aware of the key challenges of data-driven tourism is essential for any destination that wants to successfully master data (EU Guide on Data for tourism destinations, 2022).

Conclusion

Altai is a touristic destination with unique features located in the Siberian region of the Russian Federation. It has tourism activities based on particularly sensitive ecological, cultural, and historical resources, some of which are on the UNESCO World Heritage List. Existing Destination management can be made more powerful in meeting today's developments and needs. Destination Management requires data, research, and insight to inform decision-making and measure success. This includes understanding your visitors, how your destination is meeting visitor needs and expectations, and measuring how your community feels about visitors and the tourism industry (Ministry of Business Innovation & Employment, 2023). To meet visitor expectations, protect and maintain environmental assets, and compete successfully in the Altai region, it is considered important to implement smart destination management models with wider participation, database connection, and new technologies.

References list

1. Glacier dynamics, palaeohydrological changes and seismicity in southeastern Altai (Russia) and their influence on human occupation during the last 3000 years / A. R. Agatova, R. K. Nepop, I. Y. Slyusarenko [et al] // *Quaternary International*. – 2014. – 324. – P. 6–19.
2. Destination Management Guidelines // Ministry of Business, Innovation & Employment : [website]. – 2019. – URL: <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism/tourism-projects/destination-management-guidelines/> (date of access 03.03.2023).
3. EU guide on data for tourism destinations // Smart Tourism Destinations : [website]. – 2022. – URL: https://smarttourismdestinations.eu/wp-content/uploads/2022/07/Smart-Tourism-Destinations_EU-guide_v1_EN.pdf (date of access 03.03.2023).
4. Federal Agency for Tourism : [website]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu/> (date of access 03.03.2023).
5. Kantarcı, K. Rusya Federasyonu'nda Turizm: Politika, Potansiyel ve Zorluklar / Editörler: S. Yılmaz, Ş. Ateş, V. B. Yılmaz, M. Küçükylmaz, M. Kıratlı // *Geçmişten Günümüze Ruslar ve Rusya*. – Ankara : Nobel Yayınevi, 2022. – Sayfa: 447–478.
6. Karpova, G. Ways to increase tourist flows in the siberian federal District / G. Karpova, A. Kuchumov, Y. Testina // *4th International Conference on Innovations in Sports, Tourism and Instructional Science*. – 2019. – 17. – P. 102–106.

7. Konstantinov, N. History and Culture of the early Türkic period: A review of archaeological monuments in the Russian Altai from the 4th–6th century AD / N. Konstantinov, V. Soenov, S. Trifanova, S. Svyatko // *Archaeological Research in Asia*. – 2018. – 16. – P. 103–115.
8. Li, J. Big data in tourism research: A literature review / J. Li, L. Xu, L. Tang, S. Wang // *Tourism management*. – 2018. – 68. – P. 301–323.
9. Liu, Z. Sustainable tourism development: A critique // *Journal of sustainable tourism*. – 2003. – 11 (6). – P. 459–475.
10. Manente, M. Destination management organizations and actors / M. Manente, V. Minghetti // *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. – 2006. – P. 228–237.
11. Mikulić, J. Weighting indicators of tourism sustainability: A critical note / J. Mikulić, I. Kožić, D. Krešić // *Ecological Indicators*. – 2015. – 48. – P. 312–314.
12. Components of a Destination Management plan // Ministry of Business, Innovation & Employment : [website]. – 2023. – URL: <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism/tourism-projects/destination-management-guidelines/components-of-a-destination-management-plan/data-research-and-analysis/> (date of access 03.03.2023).
13. Presenza, A. Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. / A. Presenza, L. Sheehan, J. B. Ritchie // *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*. – 2005. – 3 (1). – P. 1–16.
14. Rao, K. Report On The Mission to Golden Mountains Of Altai World Heritage Site Russian Federation / K. Rao, J. Brüggemann // UNESCO : [website]. – URL: <https://whc.unesco.org/document/100684> (date of access 03.03.2023).
15. Republic of Altai, Information // council.gov.ru : [website]. – URL: <http://www.council.gov.ru/en/structure/regions/AL/> (date of access 03.03.2023).
16. Tishkin, A. A. Turkic enclosures of the Mongolian Altai: new data on the traditions of the ritual practices of nomads in the Early Middle Ages / A. A. Tishkin, N. N. Seregin // 29th Conference of Scholars on the Migration Period. – Budapest, Hungary, 2022. – 4 (1). – P. 39–54.
17. Golden Mountains of Altai // UNESCO : [website]. – URL: <https://whc.unesco.org/en/list/768> (date of access 03.03.2023).
18. Weaver, A. Tourism, big data, and a crisis of analysis / A. Weaver // *Annals of Tourism Research*. – 2021. – 88. – P. 103–158.
19. Yuguşeva, N. Altaylarda Türkler ve inançları / N. Yuguşeva // *Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi*. – 2001. – 11. – P. 140–151.
20. Zhang, J. Big data and tourism geographies—an emerging paradigm for future study? / J. Zhang // *In Tourism Spaces*. – Routledge, 2021. – P. 131–136.

УДК:338.48

**Влияние кризисных ситуаций на развитие туристической сферы
в Запорожской области**

Рыбальченко Нина Павловна

к.н.гос.упр., доцент Мелитопольский государственный университет,

г. Мелитополь, Россия

ninarybka07@mail.ru

Андреева Лариса Александровна

к.э.н., доцент Мелитопольский государственный университет, г. Мелитополь, Россия

ninarybka07@mail.ru

Аннотация. Туристическая сфера в регионе не выполняет своей роли для развития экономики. Главным фактором является кризисная ситуация в регионе, а именно военные действия. Это является следствием совокупности проблем, которые возникают в экономической сфере и политико-правовой. Проявление кризисных явлений в туристической сфере следует рассматривать с точки зрения выявления проблем их возникновения и последствий для ее дальнейшего развития.

Ключевые слова: туристическая сфера, кризисные ситуации, безопасность, институт безопасности туризма, национально-патриотический туризм, туризм памяти.

Influence of crises on the development of the tourist sphere in the Zaporizhia region

Rybalchenko Nina

*PhD in Public Administration, Associate Professor Melitopol State University, Melitopol, Russia
ninarybka07@mail.ru*

Andreeva Larisa

*PhD in Economics, Associate Professor Melitopol State University, Melitopol, Russia
ninarybka07@mail.ru*

Annotation. The tourism sector in the region does not fulfill its role for the development of the economy. The main factor is the crises situation in the region, namely military operations. This is a consequence of a set of problems that arise in the economic sphere and political and legal. The manifestation of crisis phenomena in the tourism sector should be considered from the point of view of identifying the problems of their occurrence and consequences for its further development.

Keywords: tourism sector, crisis situations, security, tourism security institute, national-patriotic tourism, memory tourism.

Безопасность туризма – это сложное многоаспектное явление, разновидность более широкого и более сложного понятия «безопасность». В английском языке для обозначения категории «безопасность» используются два термина, а именно: safety и security. Термин safety обычно применяется для обозначения безопасности услуг (товаров, работ) в части их технического или иного материального содержания (безопасность зданий, сооружений, противопожарная безопасность, безопасность пищевой продукции, санитарно-эпидемиологическое благополучие и др.). Этот термин обычно корреспондирует с понятием «риск» (risk) («приемлемый риск», «неприемлемый риск»). К таким рискам относятся: травмоопасность, пожароопасность, гидрометеорологическая опасность, биологическая опасность, экологическая опасность, токсикологическая опасность, радиоактивная опасность и т.д. виды опасности окружающей среды.

Выделяют такие негативные последствия влияния военных действий на сферу туризма, как недостаточный уровень безопасности и защиты туристов; повреждение или разрушение туристической инфраструктуры и/или туристических объектов; значительная миграция населения, в том числе работников туристической сферы, в результате чего наблюдается дефицит квалифицированных кадров в сфере туризма; сокращение туристических программ путем перераспределения финансов в оборонный и социальный секторы; снижение туристической привлекательности страны; снижение туристических потоков и поступлений в бюджет от сферы туризма. Совершенно безопасных регионов во время военных действий не существует, что непосредственно негативно влияет на туристическую привлекательность страны, близкой к нулю.

Поэтому эти угрозы сложнее предсказывать (например, криминогенную, военно-политическую, психофизиологическую опасность, акт незаконного вмешательства в работу транспорта и др.).

Безопасность как элемент научной правовой системы является специфической.

Важной характеристикой туризма как комплексного объекта безопасности есть такая категория, как «национальные интересы». Национальные интересы в сфере туризма связаны с созданием необходимых условий и гарантий надежного существования и устойчивого развития сферы туризма.

Факты свидетельствуют о чрезвычайных испытаниях, которые появились перед туристической сферой региона, и перед всей экономикой страны в целом. Однако в мире много примеров, когда после масштабных военных действий страны быстро

восстанавливались и с новыми силами развивали туризм на своих территориях. Это связано с тем, что военные действия, вооруженные конфликты, терроризм и т.д. влияют на создание нового наследия и способствуют развитию «туризма памяти», который основывается на памяти всех, кто пострадал.

Потрясения, вызванные вооруженными конфликтами, вносят глубокие изменения в туристический «ландшафт» стран. Создается новое наследие, а зарождающийся постконфликтный «туризм памяти» со временем будет объединяться с другими направлениями — культурным, просветительским, экстремальным и тому подобное. Все эти изменения нуждаются в постоянном мониторинге и исследовании для того, чтобы своевременно и адекватно реагировать, и разрабатывать новые стратегии развития туризма.

Важным направлением для развития туризма должен быть «туризм памяти», «военный туризм» и «национально-патриотический туризм», чтобы показать масштабы войны, почтить память погибших и воспитывать национально-сознательного человека. В будущем стране необходимо будет проводить комплекс мер по развитию туристической сферы и увеличению своей конкурентоспособности на туристическом рынке мира. Кроме того, стоит усовершенствовать государственную туристическую политику в целом. Только комплекс действий поможет изменить имидж нашей страны в мире и сделать его привлекательным для миллионов туристов.

Сейчас люди нашего региона ощущают последствия депрессии и выгорания. Туристы нашего региона острее реагируют на красоту вокруг, дольше любуются видами. Особенно ценят возможность прикоснуться к природе, ибо главной потребностью остается получение позитивных эмоций. Относительно информационной составляющей, здесь все, как раньше, однако пока недоступна музейная составляющая, поскольку большинство музеев работает в режиме сохранения ценностей.

На развитие туризма кроме внутренних факторов (процессы спроса, сегментация рынка, координация деятельности, реклама, работники, сезонность и т.п.) влияют и внешние (геополитические, экономические, социально-демографические, научно-технические), среди которых следует обратить внимание на геополитические факторы (политические перевороты, террористические атаки, военные конфликты), от которых зависит динамика и распределение туристических потоков.

Туризм способствует развитию экономики в целом, а также обуславливает развитие других сфер – транспорта, связи, сферы обслуживания и т.д. Кроме того, развитие туристической сферы способствует возникновению новых рабочих мест и влечет за собой формирование новых институциональных структур, принятие важных законов, разработку и реализацию новых национальных проектов. Это обосновывает не только важность развития туризма для региональной экономики, но и формирование соответствующей политики государства в туризме как одного из основных направлений структурной перестройки экономики.

Туристско-рекреационный потенциал территории формируют те ресурсы, которые на сегодняшний день используются, а также те, которые по ряду объективных социально-экономических причин недоступны, но могут быть использованы при определенных условиях. Туристско-рекреационный потенциал включает два понятия, которые неразрывны и взаимодополняют друг друга: рекреационный потенциал как естественную составляющую, то есть степень способности территории положительно влиять на физическое, психическое и социально-психологическое состояние человека во время от начала, и туристический потенциал – культурно-историческое наследие – как антропогенную составляющую, а также определенные ландшафтные комплексы, где происходит туристическая деятельность, находятся отдельные природные или антропогенные туристические объекты, посещаемые туристами, в частности, музеи, памятники культуры, архитектуры, археологии, традиции населения, народные промыслы и т.д.

Для региона, имеющего весомый потенциал в туристической сфере, направление развития туризма должно быть одним из приоритетных для обеспечения сбалансированного развития территории в гармонии с природой и сохранением природных ресурсов.

Целью организации, функционирования и развития института безопасности туризма является достижение в сфере туризма гарантированного правового положения, при котором укрепляются законность и общественный порядок на туристском рынке, обеспечивается безопасность личности, общества и государства в сфере туризма, сохранение окружающей среды, создаются другие благоприятные условия для реализации прав и свобод граждан в сфере туризма.

Содержание деятельности государства в сфере безопасности туризма состоит в внедрении правовых и институциональных механизмов, а также обеспечении ресурсных возможностей на уровне, отвечающем интересам системы безопасности туризма. В этой деятельности проявляется административно-управленческая сущность безопасности туризма, предполагающая наличие совокупности взаимосвязанных органов исполнительной (исполнительно-распорядительной) власти, в том числе национальной туристской администрации, региональных туристических администраций, муниципальных администраций, их должностных лиц, а также граждан и юридических лиц, участвующих в обеспечении безопасности туризма. Обеспечение безопасности туризма требует взаимосогласованных усилий центра и регионов, направленных на защиту материальных и нематериальных социально значимых благ человека и общества в целом, что, в свою очередь, предусматривает государственно-властное, в том числе принудительное устранение факторов, несущих угрозу обществу и лица, жизнь, здоровье или имущество граждан. В этом аспекте обеспечения безопасности туризма охватывает комплекс полномочий по формированию нормативной базы для организации и надлежащего функционирования системы правовых, экономических, организационных и других мер в сфере защиты тех или иных социальных благ и ценностей, при том, что такие меры должны соответствовать как значимому благу (ценности), и уровня, и характера имеющихся угроз.

Институт безопасности туризма как государственно-правовой и информационно-технологический механизмы является совокупностью институциональных сил и правовых средств, а также информационных ресурсов и других технологий, направленных на обеспечение безопасности туризма. Организационный аспект института безопасности туризма состоит в разработке и реализации мер, направленных на повышение (укрепление) культуры безопасности туризма. Особенно это актуально с позиции определения современных мировых и внутригосударственных общественно-политических тенденций, и процессов, влияющих на развитие туризма, а, следовательно, на реализацию права на него, которые пока окажутся особенно уязвимыми из-за влияния ряда внешних факторов.

Перспективными направлениями послевоенного восстановления сферы туризма в регионе: 1) развитие делового, образовательного, спортивного, медицинского, зеленого и военного туризма; 2) разработка и реализация государственных программ поддержки субъектов туристической деятельности; 3) обеспечение тесного сотрудничества между странами в направлении взаимоподдержки туристической деятельности; 4) повышение интереса туристов к памятным маршрутам и послевоенным символическим местам; 5) поиск новых методов и способов реализации туристических услуг и т.д. Также в контексте восстановления сферы туризма в регионе следует опираться на опыт других стран, эффективно отстроивших индустрию туризма после кризисных ситуаций, в том числе войн.

Библиографический список

1. Войнаренко, М. П. Кластеры в институциональной экономике : монография / М. П. Войнаренко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 3-2. – С. 238–238.

2. Швец, И. Ю. Пространственное развитие регионального туристического рынка / И. Ю. Швец // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 162–174.
3. Якименко, М. В. Определение приоритетных направлений развития регионального туристско-рекреационного комплекса / М. В. Якименко // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – №. 8. – С. 171–175.
4. Khomenko, Y. T. On the development of geotouristic routes on the objects of the Precambrian Rock Association of the Western Priazovia / Y. T. Khomenko, L. V. Isakov, V. V. Manyuk // Journal of Geology, Geography and Geoecology. – 2018. – Т. 27. – №. 2. – С. 244–260.
5. Oleksenko, R. Transformations of the organizational and legal mechanism of the Ukrainian state policy in tourism and hospitality / R. Oleksenko, Y. Bortnykov, S. Bilohur [et al] // Cuestiones políticas. – 2021. – Т. 39. – №. 70.
6. Rybalchenko, N. Clasterization tendencies of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis / N. Rybalchenko, S. Bilohur, R. Oleksenko [et al] // Revista de la universidad del zulia. – 2021. – Т. 12. – №. 34. – С. 60–75.

УДК 338.48

**Туристско-рекреационный потенциал
Гиссарской долины Республики Таджикистан**

Содиков Шоймардон Абдуджаборович

*старший преподаватель кафедры методики преподавания географии и туризма
Таджикский государственный педагогический университет имени С. Айни, г. Душанбе
nasruti@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена выявлению туристско-рекреационного потенциала Гиссарской долины Республики Таджикистан. Географические особенности долины, уникальная природа южной части Гиссарского и Каратегинского хребтов – одно из самых благоприятных зон для устойчивого развития различных видов туризма: экотуризма, рекреационного альпинизма, рафтинга, сельского туризма, охоты, рыбалки.

Ключевые слова: рекреационный потенциал, туризм, экотуризм, альпинизм, рафтинг, сельский туризм, Гиссарская долина.

Tourist and recreation potential Gissar valley of the Republic of Tajikistan

Sodikov Shoimardon

*Senior Lecturer, Department of Geography and Tourism Teaching Methodology,
Tajik State Pedagogical University named after S. Aini, Dushanbe
nasruti@mail.ru*

Annotation. The article is devoted to identifying the tourist and recreational potential of the Gissar Valley of the Republic of Tajikistan. The geographical features of the valley, the unique nature of the southern part of the Gissar and Karategin ranges is one of the most favorable areas for the sustainable development of various types of tourism: ecotourism, recreational mountaineering, rafting, rural tourism, hunting, fishing.

Keywords: recreational potential, tourism, ecotourism, mountaineering, rafting, rural tourism, Gissar valley.

Неуклонный рост использования природных ресурсов в последние десятилетия привел к ухудшению экологической обстановки в большинстве регионов мира и исчезновению редких видов растений и животных. Такая ситуация ставит перед научно-исследовательскими центрами, учеными различных направлений, в том числе и географами,

новую задачу - найти альтернативные пути использования природных ресурсов и оздоровления окружающей среды. Одним из таких направлений является организация и развитие туризма.

Ресурсную основу туризма в Гиссарской долине составляет обширная межгорная впадина, по которой протекают реки Кафирниган, Каратаг и Ширкент, здесь природные и культурно-исторические места являются важнейшим туристско-рекреационным ресурсом и условием для организации туристско-рекреационной деятельности.

На стадии ознакомления можно утверждать, что географические особенности долины, особенно южная часть Гиссарского и Каратегинского хребтов можно считать одной из самых благоприятных зон для устойчивого развития различных видов туризма: экотуризма, рекреационного альпинизма, рафтинга, сельского туризма, охоты, рыбалки и др.

Развитие как природных, так и антропогенных ландшафтов, тесно связано с геоморфологическими условиями долины. На востоке долина ограничена соединенными отрогами Каратегинского и Тянь-Шаньского хребтов. На западе по меридиану села Худжи дно долины имеет ширину 4 км и, расширяясь далее на запад, соединяется с Сурхандарьинской долиной Республики Узбекистан. Вертикальный уклон долины уменьшается с востока на запад.

В районе села Гулистони Сурх дно долины относительно приподнято куполом и отделяет друг от друга бассейн рек Кафирниган и Сурхандарья. Поперечное сечение Гиссарской долины относительно асимметрично: с севера на юг уменьшается, а на севере предгорья высотой 2000-2200 м над уровнем моря переходят в гористые скалистые склоны с участками смешанных лесов, кустарников и субальпийских лугов на высоте 3500-4500 м. Предгорья изрезаны сильно волнистым ландшафтом водоразделов и долин рек Варзоб, Лучоб, Элок, Ширкент, Каратаг и Хонако. Долины рек в их верховьях имеют V-образную геоморфологию и неглубокие и узкие. Высота водоразделов 600-700 м, а иногда и больше русла рек.

Рельеф Гиссарской долины благоприятен для устойчивого развития различных видов туризма особенно для организации туристических походов, занятия активными видами туризма, такими как альпинизм, скалолазание.

Гиссарская долина богата минеральными лечебными источниками и располагает прекрасными природно-климатическими условиями для лечения и отдыха.

Анализ климатических условий Гиссарской долины позволяет констатировать, что этот регион характеризуется большим числом ясных солнечных дней, относительно небольшим периодом пасмурной и дискомфортной погоды. Основными факторами, определяющими климат зоны, являются ее географическое положение и горный рельеф.

Внимание зарубежных и отечественных туристов Гиссарская долина может привлекать своими красивыми пейзажами и уникальной природой. Здесь экологический туризм, культурный туризм, охота и походы достаточно популярны.

Для туристско-рекреационной деятельности, которая уже имеет здесь место, на наш взгляд, особое значение имеют долина реки Ширкент, ущелье Варзоб и ущелья Рамит.

Ширкентский историко-природный парк давно заявил о себе и набирает популярность.

Одна из известных туристических зон долины – Ширкентское ущелье. Его самые высокие точки – 4500 метров на севере и 1000 метров на востоке. В этом каньоне обнаружены следы, которые называют отпечатками лап динозавров. Район вокруг реки Ширкент считается местом отдыха для отечественных и иностранных туристов.

В горах Ширкента произрастают тысячи видов лекарственных и горных растений, плодовые деревья, в том числе боярышник, фисташка, лук анзур. Из мира животных здесь можно встретить дикого кабана, волка, козерога, рыжую лису, из пресмыкающихся – азиатскую гадюку, ящерицу.

Ущелье Варзоб расположено в северной части города Душанбе.

Санаторно-курортная база и большое количество рекреационных зон Варзоба создают хорошую базу для организации отдыха и лечения отечественных и иностранных туристов.

Флора ущелья Варзоба также разнообразна, здесь встречаются много видов плодовых, декоративных, лекарственных и медоносных растений.

Животный мир этой зоны тоже весьма разнообразен. В горах и долинах обитают различные виды животных, такие как бурый медведь, волк, дикий кабан, олень, газель. В ущелье Варзоб встречается 46 видов птиц, среди них куропатки, соболь, голуб, орел-змеед, соловьи и другие.

В ущелье Варзоб дальнейшему развитию туризма может способствовать «Кондаринский ботанический сад», обладающий уникальными природными экосистемами и разнообразными животными, привлекающими внимание туристов.

Анализ современного состояния привозного и внутреннего туризма в регионе показывает, что Варзоб развивается в перспективе как рекреационно-лечебный и санаторно-курортный регион. Особое место в зоне Варзобского ущелья занимает Сафед-дара.

Сафед-дара, современный горно-лыжный курорт, расположен в 55 км от города Душанбе на высоте 2450 м над уровнем моря. Само слово Сафед-дара с таджикского языка переводится как «Белое ущелье». На данный момент Сафед-дара является современным реконструированным центром лыжного спорта и входит в число одно из лучших мест для отдыха и занятием спорта в зимний период. Общая территория данной туристической зоны составляет около 80 гектаров. В общей сложности Сафед-дара может обслуживать более 1 тысяч человек в сутки.

Ущелье Варзоб также богат памятниками истории, культуры и архитектуры республиканского и местного значения, перечень которых включен в Государственный реестр материальных памятников Республики Таджикистан.

Ещё одним из известных туристических и лечебных объектов Гиссарской долины является курорт Ходжа-Оби-Гарм, который расположен на высоте 1860-1900 м над уровнем моря. На территории данного курорта имеется два небольших озера – Мазар и Каландар, которые соединяются друг с другом.

Курорт Ходжа-Оби-Гарм богат минеральными водами. Здесь выявлено более 20 горячих родников. Температура горячих радиоактивной минеральной воды достигает +98 градусов, а горячий пар является радиоактивным паром и содержит наряду с другими химическими элементами радон. В Ходжа-Оби-Гарме имеется единственная в мире пароземинатория.

Курорт Ходжа-Оби-Гарм является общегосударственным санаторием и по статистическим данным ежегодно здесь лечится до 7-8 тысяч отечественных и иностранных туристов. В этом санатории лечат болезни сосудов, позвоночника, нервов, дыхательных путей, женские болезни, болезни почек, органов пищеварения и т.д. Эффективному проведению лечения также способствует горная погода.

Из других источников с минеральных вод, содержащей в своем составе магний, калий, кальций, натрий, железо и т.д. используются для лечения органов желудка, печени и сахарного диабета. Здесь также расположен исторический памятник Ходжа-Сангхок, находящийся на высоте более 3000 метров.

Не менее привлекательна в районе Варзобского ущелья и горная река Сёма. В 2001 году на международном конкурсе «Пресная вода», который проходил в США, вода реки Сёма по своему качеству вошла на первую десятку мест.

Большую перспективу для развития различных видов туризма имеет Ромитское ущелье, расположенное в восточной части Гиссарской долины, выше по течению реки Кафирниган. Ущелье названо в честь красивого села Ромит, у которого сливаются реки Сардаи Миёна и Сорбо, где возможно развивать и водные виды спорта.

В живописной местности Ромит на среднегорных и частично высокогорных ландшафтах создан биосферный заповедник «Ромит», являющийся особо охраняемой зоной республики. Заповедник создан в 1959 году по решению Совета Министров Таджикской ССР с целью сохранения, защиты и изучения животного и растительного мира, ограничения

антропогенного воздействия, восстановления природных объектов. Его значение является основой для организации экологического туризма, который развивается на базе доступных мест, так как расположен на высоте 1176–3195 м над уровнем моря. Ущелья, узкие долины и высокие горы, удивительно чистый воздух, яркое солнце, обильный запас чистой воды и целебные минеральные источники притягивают к себе всё больше и больше туристов. Однако на настоящий момент туристическая инфраструктура здесь развита недостаточно.

Таким образом, туристско-рекреационный потенциал Гиссарской долины весьма огромен и способствует развивать такие приоритетные виды туризма:

- альпинизм, пеший и спортивный туризм как;
- экологический туризм;
- санаторно-курортное лечение и отдых;
- историко-познавательный и этнографический туризм;
- рафтинг (плавание по горным рекам);
- горно-лыжный туризм;
- охотничий туризм и рыбалку.

Следует отметить, что туристско-рекреационный потенциал Гиссарской долины используется далеко не в полной мере, что могло бы в перспективе стать причиной появления новых рабочих мест и высокого уровня благосостояния жителей региона.

Библиографический список

1. Мухаббатов, Х. Проблемы природопользования в горных регионах Таджикистана / Х. Мухаббатов // Душанбе: Ирфон, 2008. – 150 с.
2. Мадаминов, А. Туристические маршруты Таджикистан. / А. Мадаминов // Душанбе, 1981. – 150 с.

УДК 338.48

Природные достопримечательности - основа развития туристско-рекреационной отрасли Республики Алтай

Шитов Александр Викторович

*кафедра географии и природопользования Горно-Алтайского государственного университета, Горно-Алтайск, Россия
sav103@yandex.ru*

Мердешева Елена Владимировна

*кафедра географии и природопользования Горно-Алтайского государственного университета, Горно-Алтайск, Россия
kfg@gasu.ru*

Банникова Ольга Ивановна

*кафедра географии и природопользования Горно-Алтайского государственного университета, Горно-Алтайск, Россия
kfg@gasu.ru*

Аннотация. В работе показаны различные виды природных достопримечательностей, встречающихся на территории Горного Алтая. Показаны их природная аттрактивность и интересность с точки зрения развития туризма, а также их уникальность, уязвимость и необходимость сохранения данных объектов.

Ключевые слова: Горный Алтай, природные объекты, достопримечательности, использование в туризме, туристско-рекреационная деятельность, охрана природы.

Natural attractions are the basis for the development of the tourist and recreational industry of the Altai Republic

Shitov Alexandr

*Department of Geography and Nature Management, Gorno-Altai State University,
Gorno-Altai, Russia
sav103@yandex.ru*

Merdesheva Elena

*Department of Geography and Nature Management, Gorno-Altai State University,
Gorno-Altai, Russia
kfg@gasu.ru*

Bannikova Olga

*Department of Geography and Nature Management, Gorno-Altai State University,
Gorno-Altai, Russia
kfg@gasu.ru*

Annotation. The paper shows various types of natural attractions found on the territory of the Altai Mountains. Their natural attractiveness and interest from the point of view of tourism development, as well as their uniqueness, vulnerability and the need to preserve these objects are shown.

Keywords: Gorny Altai, natural objects, attractions, use in tourism, tourist and recreational activities, nature protection.

Развитие туристско-рекреационной отрасли тесно связано с наличием природных и культурных достопримечательностей, которые могут быть включены в различные виды экскурсионных туров и однодневных экскурсий (автомобильных, конных, пешеходных и др.). Кроме того, необходимо наличие информационного обеспечения тура (некоторые достопримечательности требуют специализированных знаний - например, палеонтологических, сейсмологических и т.п.), чтобы тур не сводился к рассказу, основанному на интернет-сведениях и общих характеристиках. Тематическое и территориальное объединение этих объектов позволяет проводить обычные и специализированные экскурсионные туры по территории.

На данный момент на территории Республики Алтай расположены 44 объекта, имеющих статус регионального памятника природы [1]. Данные объекты имеют охранную зону и охраняются государством. Кроме этого, существует большое количество достопримечательностей, не имеющих статуса охраняемой территории, в то же время активно посещаемые туристами. Данные объекты нуждаются в системе мониторинга антропогенного воздействия.

В целом, природные достопримечательности классифицируются на следующие типы:

1. Геоморфологические объекты - вершины, перевалы, пещеры, участки активных геологических процессов;
2. Гидрологические объекты - реки, озера, источники, устья рек, водопады, ледники, пороги;
3. Ландшафтные участки - горно-долинные ландшафты
4. Геологические и минералогические объекты - месторождения и проявления полезных ископаемых, интересные геологические объекты;
5. Палеонтологические объекты - места, где встречается ископаемая фауна и флора.
6. В ряде случаев достопримечательностями могут быть результаты горно-геологической деятельности - шахты, штольни, шурфы, канавы, а также места добычи и древних плавок металлов.
7. В некоторых случаях памятники истории и историко-культурного развития региона тесно связаны с природными особенностями, и рассмотрение их без данных особенностей невозможно.

Рассмотрим наиболее значимые объекты в выделенной классификации [2].

Вершины: гора Белуха (4506 м) - высочайшая вершина Катунского хребта и Сибири, вершина Каскакту-Бажи (2927 м) - высочайшая вершина Теректинского хребта, пик Маашей-Баш (4173 м) - высочайшая вершина Северо-Чуйского хребта, вершина Иикту (3940 м) - высочайшая вершина Южно-Чуйского хребта, Саржематы (3499 м) - высочайшая вершина хребта Сайлюгем, вершина хребта Табын-Богдо-Оло (4082 м). Практически все вершины доступны туристам только с альпинистской подготовкой.

Перевалы. Здесь выделяются перевалы, проходимые для автомобильного транспорта (Семинский, Чике-Таман, Улаганский, Кату-Ярык, Громотуха и др.) и для пешеходных и конных туров (перевалы на Катунском, Теректинском, Южно-Чуйском, Северо-Чуйском и других хребтах). Доступность определяется степенью сложности прохождения данных участков.

Пещеры. На Алтае расположено большое количество пещер. Некоторые из них широко известны и оборудованы для посещения туристов (Тавдинские пещеры, Талдинская карстовая арка), другие находятся далеко от населенных пунктов и требуют специализированного оснащения для посещения (Большая Каракокшинская, Кек-Таш или Экологическая, Кульдюкская ледяная, Тут-Куш, Барагашская, Киндерлинская, Большая Чуйская, Большая Белобомская, Бирюлинская). Некоторые пещеры ждут своих первооткрывателей.

Ряд геоморфологических достопримечательностей связаны с различными геологическими процессами, протекавшими в различные геологические периоды (оползень Арха-Узюк-Бельтирский, «Алтайский Марс», «Каменные грибы» и др.).

Источники. Данные вид достопримечательностей связан с выходом подземных вод на поверхность. Многие источники имеют бальнеологическое значение, а также на Алтае источники широко представлены и связаны с ритуалами и поверьями местных жителей (Кызыл-Озекский, Кара-Кебек, Джумалинские радоновые источники, Чаган-Узунский, Курловские дачи, Большой Яломанский, Кара-Суу, Чике-Таманский, Аржан-Су, Черемшанский, Бугузунский, Святой ключ - Чойский). В связи с интенсивным посещением источники также нуждаются в охране и мониторинге.

Озера. В Горном Алтае широко представлены. Одно из крупнейших озер Сибири - Телецкое, входит в состав объектов всемирного наследия ЮНЕСКО «Алтай - Золотые горы» [3]. Джумалинское озеро - второе по размеру, расположено на территории Алтайского государственного природного заповедника. Манжерокское озеро - в результате не продуманных мероприятий по его очистке, в настоящее время нуждается в охране и мониторинге. Мультиинские озера - частично расположены на территории Катунского биосферного заповедника, памятник природы. Озера плоскогорья Укок - Кальджин-Кол Бас, Кальджин-куль, Белое, Укок - расположены на территории природного парка «Зона покоя Укок». Аккемское озеро - расположено у Аккемского ледника у подножия горы Белуха. Шавлинские озера - расположены в долине р.Шавла Северо-Чуйский хребет. Тенгинское озеро - расположено в Усть-Канском районе, недалеко от с. Озерное. Озеро Ару-Кем - расположено в отрогах Теректинского хребта на территории природного парка «Уч-Энмек». Каракольские озера - расположены на хребте Иолго, широко известны среди туристов.

Устья и истоки рек. Данные участки обладают высокой аттрактивностью и пользуются широкой популярностью среди туристов. Участок впадения реки Чуя в Катунь - очень красивое место, нуждается в санировании, прокладке экологических троп, оборудовании смотровых площадок, охране и мониторинге антропогенного воздействия. Участок впадения реки Башкаус в реку Чулышман, интересен и обычным туристам, и туристам-водникам. Исток реки Бия из Телецкого озера - очень красивое место. Устья горных рек, притоков реки Катунь всегда красивейшее зрелище (Аккем, Шавла, Кучерла, Кураган, Маашей и др.).

Водопады. В ряде случаев в связи с резкими перепадами высот многие реки обрываются высокими водопадами. К некоторым ведут экологические тропы (Камышлинский), в ряде случаев, чтобы добраться до водопада необходимо специальное

туристское снаряжение (Текелю - высота водопада 60 м, Куйгук, Ачелманский, Большой Чульчинский или Учар, Большой Уларский, Чибитский и др.). Отдельного рассмотрения заслуживают водопады Телецкого озера (Корбу - самый знаменитый водопад озера, Аю-Кечпес, Эстуба, Большой Шалтан, Чедор).

Ледники. На территории Алтая широко представлено современное оледенение. В связи с изменением климата ледники Алтая интенсивно тают. В высокогорных участках территории Северо-Чуйского и Южно-Чуйского хребтов расположены ледники - Актру, Софийский, Большой Талдуриный. На хребте Табын-Богдо-Ола изучено более 240 ледников. На территории Катунского хребта расположены Аккемский, Томич, Менсу и др. Данные объекты интересны как с точки зрения научного туризма, так и спортивного - горного туризма и альпинизма.

Пороги на горных реках. Интересными достопримечательностями Алтая являются пороги. Сильные перепады высот и различные по твердости горные породы определяют наличие на реках большого количества порогов. Некоторые пороги легкопроходимые для обычного не подготовленного туриста (Манжерокский, Тельдекпень, Еландинский), другие требуют высокой квалификации туриста-водника (Мажойский каскад на реке Чуя, пороги реки Чульшман). Естественно есть и промежуточные уровни порогов по прохождению. На реке Чуя (Горизонт, Турбинный, Буревестник, Бегемот), на реке Катунь (Щеки, Акемский прорыв, Кадринский, Шабаш).

Большой интерес отмечается у туристов к комплексным природным ландшафтным участкам. К ним относятся такие природные объекты как Шишкулар-Катаил-Чистый луг. На территории этого объекта частично расположен Горно-Алтайский филиал Сибирского ботанического сада. Чульшманский ландшафтный участок, расположенный в долине р. Чульшман. Долина реки Ак-Тру интересна с точки зрения изучения современных геоморфологических гляциологических процессов и метеонаблюдений на высокогорной метеостанции. Межгорные котловины как ландшафтные участки представляют собой прекрасный объект для научного, познавательного и краеведческого туризма [4].

Минералогические и палеонтологические объекты. Богатая история геологического развития региона определила здесь наличие большого количества интересных минералогических объектов. Чаще всего это связано с месторождениями полезных ископаемых (Калгутинское вольфрам-молибденовое месторождение, месторождение спекулярита Рудный лог, Каракульское W₀-Mo-Co-Au-Ag месторождение, месторождения ртути, Алахинское тантал-литиевое месторождение, месторождения редкоземельных пегматитов Телецкого озера и др.). В регионе большое количество небольших проявлений различных поделочных камней (кварцитов, горного хрусталя, яшм, кордиерита-иолита, мрамора, стихтита, нефрита, кальцита, арагонита и др.). Интересны и палеонтологические объекты. Часто встречаются отпечатки окаменелых лилий, брахиопод, мшанок. При отработках песчаных карьеров встречаются части скелетов животных, обитавших в данной местности: мамонтов, носорогов, буйволов и др. Они широко представлены в местных музеях.

В ряде случаев результаты горнорудной деятельности советского периода служат объектами туристических экскурсий. Так, к примеру отвалы горнорудной деятельности Акташского горно-металлургического завода и отработанные месторождения ртути (Акташское, Красногорское, Чаган-Узунское) привлекают интерес для проведения геологических и познавательных экскурсий [5].

Также известные древние плавки металлов как археологические и горно-геологические объекты (Куэхтанар, Юстыд, долина р. Каракол и др.) интересны с точки зрения использования населением Алтая в различные исторические периоды времени минеральных ресурсов региона [6].

Таким образом, на территории, сравнительно небольшой площади, расположено большое количество различных природных и природно-культурных объектов:

геоморфологических, гидрологических, минералогических, палеонтологических, геокриологических объектов. Многие из них широко используются в туристско-рекреационной деятельности, но не всегда с соблюдением предельно допустимых нагрузок, как на сами объекты, так и на прилегающие к ним территории. Это приводит к ухудшению эстетических свойств объектов и к качественным изменениям ландшафтов.

Комплексное изучение природных и природно-культурных объектов позволит не только понять принципы формирования природных процессов с их вовлечением в туристско-рекреационную деятельность, но и поможет сформировать ответственность за сохранение уникальных памятников и достопримечательностей своей Родины.

Библиографический список

1. Кадастр особо охраняемых природных территорий Республики Алтай / А. М. Маринин, Н. П. Малков, А. В. Бондаренко [и др]. – Барнаул : Азбука, 2014. – 456 с.

2. Шитов, А. В. Интерактивное картографирование Турочакского и Улаганского районов Республики Алтай для развития туризма / А. В. Шитов, Н. Е. Леонтьев, К. А. Зуева // Полевые исследования в Алтайском биосферном заповеднике. – Вып. 4. – 2022. – С.121–126.

3. Банникова, О. И. Воздействие рекреационной деятельности на природные объекты Республики Алтай Республики Алтай / О. И. Банникова, Е. В. Мердешева, А. В. Шитов, О. В. Карташова, Н. А. Кочеева // Экологический туризм: современные векторы развития : коллективная монография / под ред. О.Ю. Гурьевских [и др.]. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2022. – С. 236–249.

4. Шитов, А. В. Образовательные аспекты геологических памятников природы Алтая и их интерактивное картографирование / А. В. Шитов, Е. В. Мердешева, О. И. Банникова, О. В. Карташова // Алтай-трансграничный: природный, социально-экономический, культурный и рекреационный портал Евразии : сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции / отв. редакторы: А. В. Шитов, Е. В. Мердешева, О. И. Банникова. – Горно-Алтайск : БИЦ ГАГУ, 2022. – С. 122–128.

5. Гракова, Л. К. Результаты горно-геологических работ на месторождениях ртути Горного Алтая как геологических памятниках природы / Л. К. Гракова, А. В. Шитов // Геологические памятники природы: характеристика, состояние, использование : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Горно-Алтайск, 24-26 июня 2021 года. – Горно-Алтайск : Горно-Алтайский государственный университет, 2021. – С. 63–68.

6. Эбель, А. В. О некоторых археологических и горно-геологических памятниках Горного Алтая / А. В. Эбель, А. В. Шитов // Геологические памятники природы: характеристика, состояние, использование : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Горно-Алтайск, 24–26 июня 2021 года. – Горно-Алтайск : Горно-Алтайский государственный университет, 2021. – С.171–175.

УДК:338.48 (379.85)

Сравнительный обзор природных ресурсов в Алтайском крае и Республике Алтай для развития туризма

Кобызев Николай Сергеевич

старший преподаватель кафедры менеджмента и туризма, Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукина, г. Бийск
professor_tour@mail.ru

Васильева Анна Ивановна

студентка, Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукина, г. Бийск
professor_tour@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрен туристско-рекреационный потенциал туристского региона – Алтайского, состоящего из двух сходных, но в то же время разных по туристской направленности, административно-территориальных единиц. Они представлены Алтайским

краем и Республикой Алтай. Обзор производится в сравнении края и республики между собой в силу общности территориальных границ, а также в цену преемственности туристского потока двух территориальных образований друг у друга.

Ключевые слова: туризм, потенциал, Республика Алтай, Алтайский край, устойчивость, развитие, регион, экономика.

Comparative review of natural resources in the Altai territory and the Altai Republic for tourism development

Vasilyeva Anna

*student, Altai State Humanitarian Pedagogical University named after V.M. Shukshin, Biysk
professor_tour@mail.ru*

Kobyzev Nikolay

*senior lecturer of the department of management and tourism, Altai state humanitarian pedagogical
university named after V.M. Shukshin, Biysk
professor_tour@mail.ru*

Annotation. The article considers the tourist and recreational potential of the tourist region - Altai, consisting of two similar, but at the same time different in tourist orientation, administrative-territorial units. They are represented by the Altai Territory and the Altai Republic. The review is made in comparison of the region and the republic with each other due to the commonality of territorial borders, as well as the continuity of the tourist flow of the two territorial entities from each other.

Keywords: tourism, potential, Altai republic, Altai territory, sustainability, development, region, economy.

Что общего между Алтайским краем и Республикой Алтай? В чем различие? Давайте разбираться.

Алтайский край расположен на юго-востоке Западной Сибири, на границе Азии, в 3419 км от столицы России Москвы. Площадь края 168 тыс. кв. км. По площади занимает 21 место в России и 6 место в Сибири. На севере край граничит с Новосибирской областью, на востоке с Кемеровской областью, на юго-востоке с Республикой Алтай, на юго-западе и западе с Республикой Казахстан.

Климатические особенности Алтайского края достаточно экстремальные. Климат формируется в результате частой смены воздушных масс, поступающих преимущественно из Атлантики, Арктики, Восточной Сибири и Средней Азии. Продолжительность солнечного сияния составляет 2000-2300 часов в год. Для сравнения в году 8760 часов. Средняя температура в июле +26...+28 градусов, средняя температур января -20...-24градуса (нередко опускается и до -50...-55). Безморозный период продолжается всего 120 дней.

Главные реки Алтайского края—это Обь, Бия, Катунь, Алей и Чарыш. Площадь, покрытая реками, составляет 55,1 км. куб. Обь—самая большая река края. Ее протяженность составляет 3650 (в пределах края 493 км).Также на территории края есть множество озер. Самое крупное озеро Алтайского края – Кулундинское (728 км.кв.).

Разнообразие ландшафтов Алтайского края поспособствовало видовому разнообразию животного мира. Самая многочисленная группа животных в крае – беспозвоночные. Более 3000 насекомых и 41 вид занесен в Красную книгу Алтайского края.Земноводных в крае не так много, всего 5 видов, из которых только один вид занесен в Красную книгу –сибирский углозуб. Пресмыкающихся в крае 9 видов. В Красную книгу занесены гадюка степная, круглоголовка такырная, ящурка разноцветная.В регионе насчитывают около 332 видов птиц. Из них в Красную книгу занесены 85 видов. Млекопитающие представлены 86 видами. Разнообразие мира водных биологических ресурсов представлено 32 видами рыб, из которых 22 вида занесены в красную книгу.

На территории края представлены следующие типы растительности – это леса, степи, луга, болота, тундры, кустарниковая, скальная, водная, солончаковая и синантропная.

Минерально-сырьевая база Алтайского края включает месторождения бурого угля, железных, полиметаллических, никель-кобальтовых руд, бокситов, коренного и рассыпного золота, минеральных солей, цементного сырья и т.д.

Почвенно-земельные ресурсы Алтайского края достаточно велики. Общая площадь земельного фонда составляет 18799,6 тыс.га. Распаханность земель – 40,6%.

В состав Алтайского края входят такие города как: Алейск, Барнаул, Белокуриха, Бийск, Заринск, Новоалтайск, Рубцовск, Славгород и Яровое.

Алейск. Население 28528 человек. Расположен в 120 км к юго-западу от Барнаула. Территория города занимает 4387 га. Алейск знаменит крупным транспортным узлом Западно-Сибирской железной дороги. Город является центром перерабатывающей промышленности.

Барнаул. Население 700326 человек. Барнаул – административный центр Алтайского края. Он расположен на северо-востоке Приобского плато, на левом берегу Оби, в месте впадения реки Барнаулки в Обь. Барнаул знаменит тем, что он столица Алтайского края, а также в годы Великой Отечественной Войны сюда были эвакуированы около 100 промышленных предприятий со всей страны.

Белокуриха. Население 15073 человека. Расположена в юго-восточной части края, в 230 км от Барнаула. Город курорт – Белокуриха. Знаменита своими термальными азотно-кремистыми радосодержащими водами.

Бийск. Население 213559 человек. Расположен в юго-восточной части Алтайского края на реке Бия, в 163 км от Барнаула. Бийск знаменит тем, что он второй по величине промышленный центр Алтайского края.

Заринск. Население 47033 человек. Расположен на реке Чумыш, в 100 км к северо-востоку от Барнаула. Алейск–многофункциональный центр, выполняющий административные, промышленные, образовательные, медицинские, культурные, транспортно-распределительные, и другие функции.

Новоалтайск. Население 17586 человек. Расположен в центральной части Алтайского края, на правом берегу реки Обь, 12 км от Барнаула.

Рубцовск. Население 146394 человек. Расположен на юге Алтайского края, на берегу реки Алей, в 209 км от Барнаула. Рубцовск имеет очень выгодное географическое положение, потому что расположен на границе с Казахстаном.

Славгород. Население 40649 человек. Расположен в северо-западной части Алтайского края, в 495 км от Барнаула. В настоящее время в городе более 10 крупных и средних предприятий.

Яровое. Население 18084 человек. Расположен в северо-западной части Алтайского края, в 418 км от Барнаула. Город знаменит своим озером – Яровое. Яровое является центром лечения кожных покровов человека грязями местных озер (<https://altairegion22.ru/>).

Республика Алтай является субъектом Российской Федерации, входит в состав Сибирского федерального округа. Расположена в центре Евразии, на юге Западной Сибири, на северо-западе граничит с Алтайским краем, на северо-востоке – с Кемеровской областью - Кузбассом, на востоке – с Республикой Хакасия Республикой Тыва, на юге – с Монголией и Китайской Народной Республикой, на юго-западе – с Казахстаном. Самая высокая гора – Белуха (Кадын-Бажы) – 4506 м, является высочайшей точкой Сибири.

Территория республики –92,903 тыс.км². Климат – резко-континентальный.

Средняя температура января от -30,5°С до -12,4°С. Средняя температура июля от 14,1°С до 18,2°С.

Население Республики Алтай – 221559 человек. Городское население-64558 человек, сельское население – 157001 человек.

Национальная структура населения (по данным Всероссийской переписи населения 2010 года): русские – 56,6%; алтайцы – 33,9%; казахи – 6,2%; другие национальности –3,3%.

В Республике Алтай зарегистрировано 60 религиозных организаций: 29 православных религиозных организаций Горноалтайской Епархии Русской Православной Церкви, 6 религиозных организаций буддистов, 9 религиозных организаций мусульман и 16 других религиозных организаций.

В состав Республики Алтай входит 1 город – Горно-Алтайск и 10 муниципальных районов.

Горно-Алтайск. Население 64558 человек. Расположен в 3641 км от Москвы. Столица республики и единственный город (<https://altai-republic.ru/about-the-region/pasport/>).

Кош-Агачский район. Население 18328 человек. Расположен в юго-восточной части Республики Алтай. Знаменит своим большим количеством озер. Наиболее популярные озера - Шалинские и Голубые. [2].

Майминский район. Население 34647 человек. Расположен в северо-западной части Республики Алтай. Майминский район – самый маленький по площади район Республики Алтай, но, в то же время, он наиболее популярен среди туристов, благодаря своей близости к Новосибирску, Барнаулу, Бийску и высокому уровню развития инфраструктуры и транспортной сети. Плотность турбаз, спортивно-туристических комплексов и баз отдыха в Майминском районе выше, чем в остальных [3].

Онгудайский район. Население 1400 человек. Расположен в центральной части Республики Алтай, в горностепной зоне. Онгудайский район знаменит местом слияния Чуи и Катуня, горой Ак-бом (Белый Бом), одним из знаменитых перевалов Чике-Таман [1].

Турочакский район. Население 12000 человек. Расположен в северо-восточной низкогорной части Республики, в зоне горных хребтов высотой от 500 до 2100 м. Турочакский район знаменит Телецким озером [4].

Улаганский район. Население 11700 человек. Расположен в восточной части республики и входит в высокогорную зону. Улаганский район знаменит своими Каменными грибами, а также Гейзеровым озером и Красными воротами. Также на территории Улаганского района расположен Алтайский государственный природный биосферный заповедник [5].

Усть-Коксинский район. Население 15801 человек. Расположен в юго-западной части Республики Алтай, в горностепной зоне. Усть-Коксинский район знаменит своими озерами и ледниками. На территории района располагаются более 80% ледников Алтая. Самые знаменитые точки района – гора Белуха, Мультинские озера, Кучерлинские озера, Аккемское озеро, Озеро Дарашколь, Долина Семи Озёр, Катунский хребет, Целебный источник «Леонов ключ» [7].

Усть-Канский район. Население 11438 человек. Расположен в западной части Республики Алтай и входит в горностепную зону. Усть-Канский район знаменит Ябоганским перевалом, Кырлыкским перевалом и Денисовой пещерой [6].

Чемальский район. Население 10180 человек. Расположен в центральной части Республики Алтай в горностепной зоне. Чемальский район знаменит Каракольскими озерами, Тельдекпенскими порогами и большим количеством пещер [8].

Чойский район. Население 7624 человек. Расположен в северной части Республики Алтай в низкогорной зоне. Чойский район знаменит озером Уймень [9].

Шебалинский район. Население 11988 человек. Расположен в северо-западной части республики и входит в горностепную зону. Шебалинский район знаменит Семинским перевалом – одним из самых красивых и тяжелых перевалов во всей Республике, а также Кульдюкской ледяной пещерой и Чергинским зубрятником [10].

Подведем итоги. Что же общего между Алтайским краем и Республикой Алтай? В чем различие? Это главные вопросы, которые возникают у туристов и в которых мы попробовали разобраться. Алтайский край является нулевым километром одной из самых красивых дорог мира – Чуйский тракт. Чуйский тракт граничит с Монголией. Общая протяженность тракта 1128 км. Чуйский тракт связывает два Алтая Горный и Равнинный.

Туристы, в поиске красивейших мест проходят подготовку сначала на полях Алтайского края, а потом через Чуйский тракт, который берет свое начало из Бийска, попадают в Республику Алтай. Республика Алтай – пожалуй самое красивое место на земле. Здесь есть всё от мелких насекомых до редких пород почвы. Алтайский край и Республика Алтай неразрывно связаны. Их нельзя разделить, но также их нельзя соединять.

Библиографический список

1. Горный Алтай // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/> (дата обращения: 03.03.2023).
2. Муниципальное образование «Кош-Агачский район». Деятельность // Муниципальное образование «Кош-Агачский район» : официальный сайт. – URL: <https://mokoshagach.ru/dejatelnost/658/> (дата обращения: 03.03.2023).
3. Туризм Майминского района // Муниципальное образование «Майминский район» : официальный сайт. – URL: <https://maima-altai.ru/rayon/turizm/> (дата обращения: 03.03.2023).
4. Турочакский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/> (дата обращения: 03.03.2023).
5. Улаганский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/> (дата обращения: 03.03.2023).
6. Усть-Канский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/> (дата обращения: 03.03.2023).
7. Усть-Коксинский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/> (дата обращения: 03.03.2023).
8. Чемальский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/> (дата обращения: 03.03.2023).
9. Чойский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/media/interaktivnaya-karta/choyskiy-rayon/> (дата обращения: 03.03.2023).
10. Шебалинский район // Историко-архивный путеводитель по Горному Алтаю : [сайт]. – URL: <https://visit-altairepublic.ru/media/interaktivnaya-karta/shebalinskiy-rayon/> (дата обращения: 03.03.2023).

УДК 351.853.2

Организация памятников природы регионального значения – перспективный путь сохранения уникальных природных объектов Горного Алтая

Байлагасов Леонид Васильевич

*доцент кафедры географии и природопользования, кандидат географических наук,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
kfg@gasu.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы целесообразности придания статуса памятника природы регионального значения популярным природным объектам, активно используемых в рекреационно-туристической деятельности. Памятники природы состоят на кадастровом учете, имеют определенный природоохранный режим, осуществляется контроль за его соблюдением, периодически проводится оценка экологического состояния этих территорий. Статус памятника природы повышает рекреационную привлекательность данных природных объектов и не требует значительных затрат на их сохранение. В условиях увеличения туристического потока в регионе в последние годы организация новых памятников природы будет способствовать их сохранению и социально-экономическому развитию региона.

Ключевые слова: Республика Алтай, рекреация и туризм, памятники природы, охрана природы.

Organization of natural monuments of regional significance - a perspective way to preserve unique natural objects of Gorny Altai

Baylagasov Leonid

Assistant Professor of the Department of Geography and Nature Management, Candidate of Geographical Sciences, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai

kfg@gasu.ru

Annotation. In this article are examined the issues of expediency of giving the status of a natural monument of regional significance to popular natural objects that are actively used in recreational and tourist activities. Monuments of nature are registered with the cadastre, they have a certain environmental regime, control over its observance is carried out, and the ecological state of these territories is periodically assessed. The status of a natural monument increases the recreational attractiveness of these natural objects and does not require significant costs for their conservation. In the context of increasing tourist flow in the region in recent years, the organization of new natural monuments will contribute to their conservation and socio-economic development of the region.

Keywords: Republic of Altai, recreation and tourism, natural monuments, nature protection.

Республика Алтай в настоящее время выступает в качестве одного из ведущих рекреационных районов России, а рекреационно-туристская деятельность является одним из приоритетов социально-экономического развития региона.

Развитие массовое туризма в Горном Алтае происходит с конца 1950 годов. В 1960 годы были организованы большинство популярных ныне туристских маршрутов. В 1980 годы в Горно-Алтайской автономной области функционировали три турбазы – «Юность», «Катунь» и «Золотое озеро», обслуживающих большинство организованных туристов. Общее число туристов в середине 1980 годов составляло около 300 тыс. человек [10].

В начале 1990 годов в условиях социально-экономического кризиса количество туристов значительно снизилось (до 40 тыс. чел. в 1992-1993 гг.), но затем начался постепенный рост. В 2003 году количество туристов превысило показатели советского периода, а в 2005 году их число составило около 0,5 млн. чел. Отмечается [2-3, 5-6], что в 2008 году Республику Алтай посетило более одного млн. чел., в 2012 – 1,5 млн., в 2017 – 2,05 млн. чел., в 2021 – 2,186 млн. человек, что в 10 раз превышает численность населения республики (210 тыс. человек).

В качестве отрицательных последствий развития туризма необходимо отметить разноплановое влияние на природную среду региона. Отмечается [4, с. 79], что «природные особенности республики делают возможным развитие многих видов туризма, в том числе и массовой неорганизованной рекреации («дикого» туризма), представленной ее бивачной и пикниковой (отдых выходного дня) формами. Эти виды отдыха являются наиболее «агрессивными» по отношению к природным комплексам. Интенсивные нагрузки вкупе с низкой культурой природопользования большинства отдыхающих приводят к захламлению участков рекреации бытовым мусором, нарушению и загрязнению земель, уничтожению и порче почвенного и растительного покрова, а также древесных видов».

В Докладе о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2021 году [6, с. 95] отмечается, что «неконтролируемая рекреационная деятельность населения приводит к локальной деградации природных ландшафтов, снижению их пейзажно-эстетических свойств и соответственно психоэмоционального комфорта. Иными словами, разрушаются наиболее ценные и доступные рекреационные ресурсы».

Традиционно более 2/3 турпотока сосредоточено в пределах Майминского, Чемальского и Турачакского административных районов, но в последние годы наблюдается все большее освоение и других районов Республики Алтай. При этом в сферу туризма вовлекается все большее число природных объектов (озера, родники, отдельные горы,

пещеры, лесные массивы и т.п.), что требует принятия определенных мер по их сохранению. При недостаточном уровне контроля и слабой инженерной обустроенности это приводит к захламлению данных территорий бытовым мусором, уничтожению почвенно-растительного покрова, умышленному или неумышленному уничтожению, или порче природных объектов, ухудшению их эстетического состояния.

Отметим, что в 2021 году наибольшей популярностью среди туристов пользовались следующие виды услуг [6]:

- отдых и рекреация (востребован у 50% туристов);
- экскурсии к природным и историко-культурным объектам (23%);
- экстремальные аттракционы (7%);
- многодневные пешие и конные походы (5%);
- лечебно-оздоровительные услуги (8%).

Из вышеизложенного следует, что 5% участников многодневных пеших и конных походов составляют более 100 тыс. человек от 2,186 млн. человек, посетивших Республику Алтай в 2021 году. Это говорит о том, что даже самые отдаленные природные объекты в регионе становятся доступными для массового посещения со всеми вытекающими негативными последствиями.

В этих условиях определенным выходом могло бы стать присвоение наиболее известным и значимым природным объектам статуса памятника природы.

Республика Алтай располагает одной из самых развитых сетей особо охраняемых природных территорий (ООПТ) в Российской Федерации, которая в настоящее время включает два биосферных заповедника, один национальный парк, четыре природных парка, два биологических заказника, один ботанический сад и 44 памятника природы регионального значения. Общая площадь этих ООПТ составляет 2,37 млн. га или 25,5% от территории республики [6].

Памятники природы являются самыми многочисленными из всех категорий ООПТ в Республике Алтай. Впервые памятники природы в регионе были организованы Решением сессии Алтайского краевого Совета народных депутатов от 26 сентября 1978 г. «Об утверждении памятников природы Горно-Алтайской автономной области». Всего было утверждено 122 памятника природы. В 1996 году Постановлением Правительства Республики Алтай от 16.02.1996 г. № 38 «Об утверждении памятников природы республиканского значения» был утвержден новый перечень памятников природы, включающий 44 природных объекта. Впоследствии три памятника природы были исключены из перечня, поскольку два из них относились к территории Алтайского края, один памятник (водопад Корбу) находился на территории Алтайского биосферного заповедника, имеющего гораздо более высокий природоохранный статус. Также в 2017-2018 гг. были утверждены три новых памятника природы – ландшафтные участки «Аскатская долина», «Урочище Еланда» и «Турочакский».

Следует отметить, что памятники природы обладают рядом преимуществ по сравнению с другими категориями ООПТ. Отмечается [1], что наличие статуса памятника природы значительно повышает известность и рекреационную привлекательность природного объекта. Для большинства туристов и экскурсантов это своеобразный знак качества природного объекта. Данный статус, как правило, подчеркивает уникальность природного объекта, поскольку согласно критериям и подходам к выделению памятников природы, в большинстве случаев это одиночные природные объекты [9]. Например, заповедники, национальные и природные парки, как правило, занимают значительные территории и состоят из множества разнообразных ландшафтных участков и природных объектов, что способствует сохранению природных комплексов и биоразнообразия, но в некоторой степени снижает известность, уникальность и рекреационную привлекательность каждого отдельного природного объекта.

Другим значительным преимуществом памятников природы являются незначительные затраты на их содержание. В отличие от заповедников, национальных и природных парков для каждого конкретного памятника природы не создается отдельное учреждение и не затрачиваются бюджетные средства на содержание штата. Это особенно актуально в условиях дотационного бюджета Республики Алтай.

Кроме того, памятники природы являются отдельной категорией ООПТ и имеют определенный природоохранный режим, периодически проводится оценка их экологического состояния научными и природоохранными организациями. Так, в Республике Алтай в 2000 году издан 3 том Красной книги, посвященный особо охраняемым природным территориям, в которой рассмотрены и антропогенные воздействия на памятники природы [8]. В 2008-2011 гг. была проведена инвентаризация региональных памятников природы, в ходе которой были уточнены и скорректированы границы многих памятников, а результаты исследований вошли в Кадастр региональных особо охраняемых природных территорий Республики Алтай [7].

Таким образом, статус памятника природы повышает рекреационную привлекательность уникальных природных объектов и не требует значительных затрат на их сохранение. В условиях увеличения туристического потока на территории Республики Алтай в последние годы и дотационного бюджета региона организация новых памятников природы будет способствовать рекреационному использованию природных объектов, их сохранению и социально-экономическому развитию региона.

Библиографический список

1. Байлагасов, Л. В. Памятники природы Республики Алтай: проблемы охраны и использования в рекреационно-туристской деятельности / Л. В. Байлагасов, А. О. Пиянтин // Проблемы рекреационного природопользования: сборник научных статей. Вып. 7 / Отв. ред. С. В. Попов. – Бийск : ФГБОУ ВПО «АГАО», 2014. – С. 6–11.
2. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2008 году / под ред. Ю. В. Робертуса. – Горно-Алтайск, 2009. – 180 с.
3. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2012 году / под ред. Ю. В. Робертуса. – Горно-Алтайск, 2013. – 126 с. – URL: http://mpr-ga.ru/docs/results/Doklad_2012.pdf (дата обращения: 03.04.2023).
4. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2016 году / под ред. Ю. В. Робертуса. – Горно-Алтайск, 2017. – 126 с. – URL: https://altai-republic.ru/society/doklad_nature_2016.pdf (дата обращения: 03.04.2023).
5. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2017 году / под ред. Ю. В. Робертуса. – Горно-Алтайск, 2018. – 122 с.
6. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2021 году / под ред. Р. В. Любимова. – Горно-Алтайск, 2022. – 160 с. – URL: https://mpr-ga.ru/docs/doklady/Doklad_2021.pdf (дата обращения: 03.04.2023).
7. Кадастр особо охраняемых природных территорий Республики Алтай / А. М. Маринин, Н. П. Малков, А. В. Бондаренко [и др.]. – Барнаул : Азбука, 2014. – 456 с.
8. Красная книга Республики Алтай: особо охраняемые природные территории и объекты / А. М. Маринин, А. Г. Манеев, Н. П. Малков [и др.]. – Горно-Алтайск, 2000. – 272 с.
9. Постатейный комментарий к Федеральному закону Российской Федерации «Об особо охраняемых природных территориях» / В. Б. Степаницкий. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва : Центр охраны дикой природы, 2001. – 247 с.
10. Сидоренко, М. Н. Охрана природы и туризм / М. Н. Сидоренко // Проблемы рекреационного освоения Алтайского края (туристско-экскурсионный аспект). – Барнаул, 1985. – С. 6–7.

Предпринимательская активность как фактор устойчивого развития сферы туризма**Слинкова Ольга Константиновна***профессор кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса,
доктор экономических наук, доцент, Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, г. Белгород**slinkova@bsu.edu.ru***Патрусова Алена Михайловна***доцент кафедры менеджмента и информационных технологий, кандидат технических наук,
доцент, Братский государственный университет, г. Братск**slinkova@bsu.edu.ru*

Аннотация. Предпринимательская деятельность в различных сферах экономики имеет специфические отличия, учет которых является необходимым условием успешности бизнеса. Это в полной мере относится и к туризму, который сегодня является наиболее пострадавшим от пандемии коронавируса сектором международной экономики. Целью исследования является уточнение особенностей проявления предпринимательской активности в сфере туризма и выявление основных направлений выхода туризма из кризисного состояния. В статье исследуются научные подходы к определению понятия «предпринимательская активность» и приводится его авторская трактовка. Исследуются факторы, обуславливающие особенности осуществления предпринимательской деятельности в туризме.

Ключевые слова: туризм, предпринимательская активность, личность предпринимателя, туристская услуга, рынок туристских услуг.

Entrepreneurial activity as a factor of sustainable tourism development**Slinkova Olga***Associate Professor at the Department of International Tourism and Hotel Business,
Doctor of Economics, Associate Professor, Belgorod State National Research University, Belgorod*
*slinkova@bsu.edu.ru***Patrusova Alena***Associate Professor at the Department of Management and Information Technologies, Candidate of
Technical Sciences, Associate Professor, Bratsk State University, Bratsk*
slinkova@bsu.edu.ru

Annotation. Entrepreneurial activity in various spheres of the economy has specific differences, the account of which is a necessary condition for the business success. It fully applies to tourism, which today is the sector of the international economy most affected by the coronavirus pandemic. The aim of the investigation is to clarify the features of the manifestation of entrepreneurial activity in the tourism industry and to identify the main directions of the tourism exit from the crisis state. The article examines scientific approaches to the definition of the concept of "entrepreneurial activity" and provides its author's interpretation. Factors are investigated, which are determining the peculiarities of entrepreneurial activity in tourism.

Keywords: tourism, entrepreneurial activity, entrepreneur's personality, tourist service, market of tourist services.

Предпринимательство является специфичной формой экономической активности, выступающей катализатором очередного витка экономического роста и развития. Такая постановка вопроса требует обращения к понятию «предпринимательская активность». В современной научной литературе данное понятие используется преимущественно для характеристики предпринимательской деятельности в региональном аспекте. Исследования, посвященные особенностям предпринимательской активности в различных секторах

экономики, весьма ограничены. Вместе с тем, предпринимательство в различных секторах экономики имеет определенные различия, необходимость учета которых является очевидной. Одной из наиболее динамично развивающихся и наиболее пострадавших от пандемии коронавируса отраслей экономики является туризм. Сегодня, когда к последствиям пандемии коронавируса добавились санкционные ограничения, поиск возможных путей активизации предпринимательской деятельности становится первоочередной задачей обеспечения устойчивого развития сферы туризма. Целью исследования является уточнение особенностей проявления предпринимательской активности в сфере туризма и выявление основных векторов приложения усилий для скорейшего выхода туризма из кризисного состояния.

Некоторые исследователи отождествляют понятия «предпринимательская деятельность» и «предпринимательская активность» [1]. Мы полагаем, что при всей близости этих терминов, существуют достаточные основания для рассмотрения понятия «предпринимательская активность» в качестве самостоятельной научной категории. Исходной составляющей данного термина является слово «активный», которое пришло к нам из латинского языка в значении «деятельный, действующий» в противопоставление пассивному. Предпринимательская деятельность, безусловно, предполагает активность. Однако существует много обстоятельств, когда эта активность снижается. Это может иметь отношение как к периодам экономического кризиса, так и, напротив, к ситуациям, когда, добившись определенного стабильного уровня, предприниматель принимает решение довольствоваться достигнутым.

Понятие «предпринимательская деятельность» имеет давнюю историю использования в научном языке, связанную с именем Ричарда Кантильона. В отличие от него, понятие «предпринимательская активность» является относительно новым, что приводит к весьма различным его трактовкам. Так, например, М. Д. Кузьменко определяет предпринимательскую активность как «динамическое проявление предпринимательской деятельности» [2]. Логика в таком подходе, несомненно присутствует, однако данное определение имеет слишком общий характер и не раскрывает сущности этого понятия. То же можно сказать и в отношении определения, которое приводит А. Н. Асаул, рассматривая предпринимательскую активность как «энергию, преобразуемую в конечный продукт предпринимательской организации» [3].

И. В. Мазурова дает следующее определение предпринимательской активности: «Динамическая характеристика деятельности органов власти по планированию, организации и реализации процесса по выпуску конкурентоспособной продукции, интенсивность которой зависит от уровня предпринимательского потенциала частного капитала и населения, а результативность определяется наличием благоприятного предпринимательского климата» [4]. Автор считает данное определение универсальным, поскольку такой подход позволяет рассматривать предпринимательскую активность как «не только как характеристику предпринимательской деятельности, но и как средство выбора стратегии развития» [4]. Отметим, что рассмотрение предпринимательской активности как характеристики предпринимательской деятельности (что, по нашему мнению, является первичным) в данном определении вовсе не просматривается. Впрочем, мы согласны с тем, что предпринимательская активность может и должна рассматриваться как оценочная характеристика деятельности органов власти.

С. И. Войнова определяет предпринимательскую активность как «показатель оценки предпринимательской деятельности и интенсивности выполнения ее функций» [5]. Данный подход имеет разумные основания, однако представляется, что для оценки такого сложного явления, каким является предпринимательская активность, довольно затруднительно найти какой-то один интегральный показатель, скорее, речь должна идти о системе взаимосвязанных показателей.

Достаточно обоснованным нам представляется определение Д. А. Стасюка, рассматривающего предпринимательскую активность как «свойство деятельности субъектов предпринимательства, определяющее интенсивность их действий и взаимодействия фирмы с внутренним и внешним окружением» [6].

Анализ существующих подходов к определению предпринимательской активности позволил нам сформулировать собственное видение этого сложного явления: под предпринимательской активностью далее мы будем понимать комплексную оценочную характеристику предпринимательской деятельности, отражающую интенсивность ее развития как на уровне конкретных субъектов хозяйствования (микро-уровень), так и на уровне отдельных территориальных образований (мезо-уровень: муниципальные и региональные образования и макро-уровень: государства).

Когда говорят о предпринимательской активности на микроуровне, основное внимание уделяют индивидуальным характеристикам предпринимателя, выделяя такие его качества, как инновационность, креативность, стремление к постоянному саморазвитию, готовность принимать риск и нести ответственность, восприятие неопределенности и др. В исследованиях подчеркивается, что результатом проявления этих качеств является проактивное поведение предпринимателя. Это означает, что предприниматель не просто реагирует на изменения, происходящие во внутренней и внешней среде предприятия, но сам провоцирует эти изменения.

Рассмотрение предпринимательской активности на микроуровне предполагает также обращение к мотивам и ценностям предпринимательской деятельности, так как всякое проявление человеческой активности обусловлено мотивацией и тесно связанными с ними ценностными ориентациями [7, 8, 9]. В качестве основных мотивов и ценностей предпринимательской активности исследователи указывают не только на стремление получить экономическую выгоду, но и на потребности в независимости, стремление держать под контролем внешнюю среду, высокую внутреннюю мотивацию к достижениям.

Оценка предпринимательской активности на мезо- и макроуровнях позволяет определить потенциал развития предпринимательской деятельности на определенной территории и выявить факторы, стимулирующие и препятствующие ее развитию. При этом под потенциалом развития предпринимательской деятельности обычно понимают совокупность всех физических лиц, готовых заниматься предпринимательской деятельностью. Именно на таком подходе основывается, например, проект GEM (Global Entrepreneurship Monitor) – один из самых авторитетных международных проектов мониторинга предпринимательской деятельности на международном и национальном уровнях.

Таким образом, рассматривая предпринимательскую активность как сложный теоретический конструкт, обозначим основные моменты, имеющие отношение к рассматриваемому нами понятию:

1) предпринимательская активность имманентно связана с предпринимательской деятельностью, выступая в качестве важнейшей ее характеристики;

2) предпринимательская активность определяется как особенностями конкретных субъектов предпринимательства, так и особенностями предпринимательской среды на соответствующей территории;

3) предпринимательская активность выступает в качестве значимого критерия оценки эффективности функционирования территориальных органов управления.

Туризму как сфере экономической деятельности изначально присущи черты, характерные для предпринимательства. Объекты культурного наследия, флоры и фауны, исторические артефакты и многое другое становятся туристскими ресурсами только тогда, когда существуют предприниматели, способные преобразовать их в туристские достопримечательности и дестинации. Л. Ли подчеркивает в этой связи, что «индустрия гостеприимства и туризма стала плодородной сферой предпринимательского бизнеса» [10].

Предпринимательству в сфере туризма свойственны черты, являющиеся общими для предпринимательства в любых отраслях экономики. Но есть и некоторые принципиальные отличия или особенности (рисунок 1).

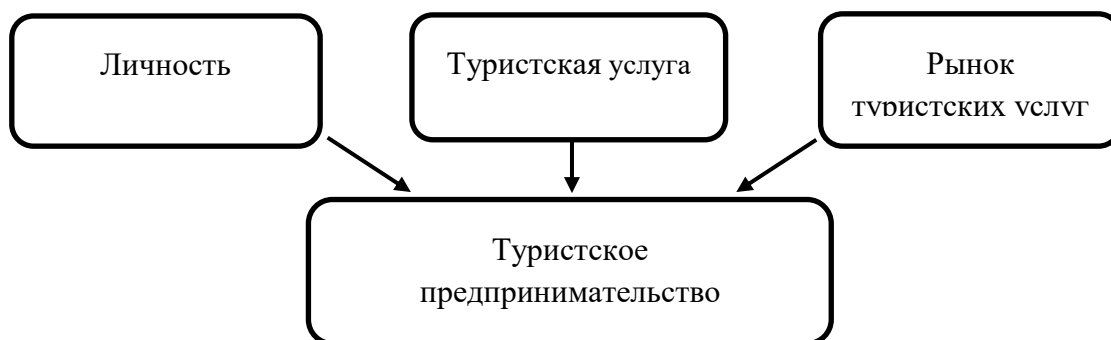


Рисунок 1 – Факторы, обуславливающие особенности туристского предпринимательства

Многие исследователи указывают на особенности личности предпринимателя в сфере туризма. В основном они касаются мотивационно-ценностной сферы личности предпринимателя: потребностей, мотивов, ценностных установок. Прежде всего, отмечаются такие черты предпринимателя в сфере туризма, как высокая мотивация жизненным стилем, высокая мобильность, развитая потребность в общении, познавательная любознательность, толерантность – принятие других культур, вероисповеданий и образов жизни. На это указывают и наши опросы студентов, выбравших направление подготовки «Туризм». Для них туризм привлекателен не только как бизнес, способный приносить неплохие доходы, но и как образ жизни.

Особенности туристской услуги как результата туристского бизнеса также обуславливают специфику туристского предпринимательства. Туристской услуге свойственны все особенности услуги как товара. Во-первых, это неосвязаемость, т.е. невозможность представить туристскую услугу в осязаемой форме вплоть до завершения процесса ее получения. Приобретая туристскую услугу, клиент опирается на ее образ. А это предполагает необходимость создания у потребителей привлекательных образов туристского продукта с использованием как различных средств визуализации (брошюры, проспекты, видеоматериалы, виртуальная реальность и т.п.), так и средств вербальной и невербальной речи. Также большой вклад в создание привлекательного образа туристской услуги может сделать позитивный имидж туристской фирмы.

Во-вторых, это неотделимость услуги от ее источника. Товар в материальном виде представляет собой отчужденный от производителя результат труда. Производителя и потребителя такого товара могут разделять целые континенты. В случае получения туристской услуги турист непосредственно взаимодействует с лицами, осуществляющими ее предоставление. Нельзя, например, получить услугу размещения, не прибыв с соответствующий отель. Данная особенность туристских услуг обуславливает высокий уровень клиентоориентированности, которая выступает своеобразной философией туристского бизнеса и предполагает, помимо прочего, знание психологии человека, проявление искренней заинтересованности и даже любви к нему.

В-третьих, качество туристских услуг может колебаться в значительных пределах в зависимости от человеческого фактора, природных, политических факторов и т.д. Непогода, угроза терроризма и даже плохое настроение человека, оказывающего услугу, могут создать серьезные проблемы в плане обеспечения качества туристской услуги. Такие аспекты туристской услуги не поддаются стандартизации и надежному прогнозированию. Все это значительно усложняет управление качеством туристских услуг, осуществление его контроля и обеспечение гарантий качества. Для преодоления этих проблем

предприниматель, работающий в сфере туризма, должен обладать системным мышлением, способностью принимать нестандартные управленческие решения с учетом особенностей конкретной ситуации.

Туристской услуге, как и другим услугам, присуща несохраняемость. Услугу нельзя хранить как материальный товар на складе. Не существует временного разрыва между производством и потреблением туристской услуги. Это создает дополнительные сложности: если в сфере материального производства можно заблаговременно предусмотреть возможные пики спроса на продукцию, создав ее запасы, то туристические фирмы в «высокий сезон» часто вынуждены прибегать к использованию временного персонала.

Наконец, туристская услуга носит комплексный характер. В путешествии турист потребляет большое количество разнообразных услуг: услуги размещения, общественного питания, экскурсионные, транспортные услуги и т.д. Все это требует от предпринимателя способностей к установлению контактов с деловыми партнерами и ведению переговоров, в том числе в кросс-культурной среде.

На предпринимательство в сфере туризма особый отпечаток накладывают и особенности рынка туристских услуг как сферы спроса и предложения туристских продуктов. Рынок туристских услуг в большей степени отвечает требованиям свободной конкуренции, нежели чем рынок готовых изделий или сырья. Здесь преимущественно функционируют малые и средние предприятия, основанные на частной собственности, относительно мала доля государственного участия. Это предопределяет высокий уровень конкуренции и предъявляет предпринимателям высокие требования к выработке и реализации конкурентных стратегий развития бизнеса. Высокий уровень конкуренции на рынке туристских услуг определяется еще и малыми барьерами для входа на рынок новых предпринимателей ввиду относительно меньшего начального капитала для организации бизнеса, чем, например, в добывающем, аграрном или обрабатывающем секторах экономики.

Предпринимательская активность на рынке туристских услуг зависит от большого количества факторов. Но, безусловно, определяющая роль принадлежит спросу на туристские услуги. Спрос на туристские услуги характеризуется большей чувствительностью к рыночной конъюнктуре и сезонным факторам. Высокая эластичность туристского рынка к рыночной конъюнктуре определяется устойчивой зависимостью спроса на туристские услуги от уровня доходов населения и цен на туристические продукты. Влияние сезонных факторов на спрос на туристские услуги определяется такими параметрами, как предпочтения населения (для россиян они традиционно относятся к летнему периоду), продолжительность располагаемого свободного времени (длительность отпусков, праздничных дней, каникул для детей, командировок для деловых туристов).

Проведенный анализ позволил сделать следующие основные выводы:

1) предпринимательская активность является важнейшей характеристикой предпринимательской деятельности, обеспечивающей ее устойчивое развитие;

2) туристский бизнес является привлекательным для предпринимателей, мотивированных стилем жизни и проявляющих высокую мобильность;

3) предпринимательству в сфере туризма наряду с общими чертами присущи существенные отличия, определяемые особенностями личности предпринимателя, туристских услуг и рынка;

4) специфика туристского предпринимательства предъявляет особый набор требований к личности успешного предпринимателя, включающий активную жизненную позицию, коммуникативную (в том числе кросс-культурную) компетентность, клиентоориентированность, толерантность;

5) особенности туристских услуг и рынка предполагают наличие у успешного предпринимателя следующих умений и навыков: способность принимать нестандартные управленческие решения с учетом особенностей конкретной ситуации, навыки установления контактов с деловыми партнерами и ведения переговоров, навыки контроля факторов сезонности и управления доходностью, навыки дифференциации и продвижения туристских продуктов в «низкий сезон» для активизации спроса.

Библиографический список

1. Бубнов, Г. Г. Предпринимательство и его роль в экономическом возрождении России (Вопросы теории) : специальность 08.00.01 «Экономическая теория» : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Бубнов Григорий Григорьевич ; Московский государственный областной университет. – Москва, 2002. – 411 с.
2. Кузьменко, М. Д. Государственное регулирование предпринимательской активности в регионе (на примере Приморского края) : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кузьменко Мария Дмитриевна ; Дальневосточный Государственный технический рыбохозяйственный университет. – Владивосток, 2008. – 233 с.
3. Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности : учебник для вузов / А. Н. Асаул. – Санкт-Петербург : АНО ИПЭВ, 2013. – 336 с.
4. Мазурова, И. В. Принципы анализа предпринимательской деятельности / И. В. Мазурова // Вестник КамчатГТУ, 2016. – № 36. – С. 101–107.
5. Войнова, С. И. Оценка предпринимательской активности: сущность и виды экономической деятельности / С. И. Войнова, И. П. Савельева // Современные проблемы науки и образования, 2012. – № 1. – С. 244.
6. Стасюк, Д. А. Предпринимательская активность иностранных фирм в российской экономике (на примере нефинансового сектора) : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Стасюк Дмитрий Андреевич ; Московская финансово-промышленная академия. – Москва, 2008. – 24 с.
7. Слинкова, О. К. Мотивационное управление персоналом: методические и прикладные аспекты / О. К. Слинкова. – Братск : ГОУ ВПО «БрГУ», 2005. – 194 с.
8. Грудистова, Е. Г. Методические основы управления организационной культурой / Е. Г. Грудистова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2010. – № 2 (2). – С. 9–20.
9. Слинков, А. М. Труд – потребность – инновация: управленческий и мотивационный аспект / А. М. Слинков // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – № 8. С. 318–327.
10. Li, L. A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals // Tourism Management. – 2008 – № 29 (5). – P. 1013–1022.

3 Экономический, социальный и правовой аспекты развития туризма в регионе

УДК:338.48

Анализ туристского рынка для инвестиционных проектов, реализуемых в локации Телецкого озера

Адарина Раиса Таановна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики, к.э.н., доцент
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
aarrrt16@mail.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены условия рыночного окружения инвестиционных проектов, реализуемых в туристской локации Телецкого озера Республики Алтай. Данная туристская локация является с одной стороны привлекательной, но вместе с тем и проблемной ввиду отдаленности, короткого туристского сезона. Особенно интересен анализ рыночных изменений в свете серьезных трансформаций туристской отрасли при сокращении выездного туризма и роста внутреннего туризма.

Ключевые слова: инвестиционные проекты в туризме, анализ туризма в Республике Алтай, трансформация туристской сферы.

Analysis of the tourist market for investment projects implemented in the location of Lake Teletskoye

Adarina Raisa

*associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics, Ph.D.,
Associate Professor
Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk
aarrrt16@mail.ru*

Annotation. The article considers the conditions of the market environment for investment projects implemented in the tourist location of the Teletskoye Lake of the Altai Republic. On the one hand, this tourist location is attractive, but at the same time problematic due to the remoteness and short tourist season. Of particular interest is the analysis of market changes in the light of serious transformations in the tourism industry with a reduction in outbound tourism and an increase in domestic tourism.

Key words: investment projects in tourism, analysis of tourism in the Altai Republic, transformation of the tourism sector.

Туризм стал не только неотъемлемой частью жизни россиян, но также он вносит вклад в экономику России. Это выражается в доли отрасли в ВВП, занятости, инвестиций и других факторах.

За последнее десятилетие вклад туризма в социально-экономическое развитие Российской Федерации стал особенно значимым (см. таблицу 3). Они формирует не только показатели, но и образ жизни. Для россиян путешествия с целью отдыха и оздоровления стали обязательным элементом образа жизни.

Таблица 1 – Вклад туристской отрасли в российскую экономику, %

	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Доля в ВВП	2,7	3,0	2,6	2,7
Доля в занятости	3,5	3,6	3,4	3,4
Доля в инвестициях	2,6	2,4	2,2	2,2

Через масштабные международные события, строительство инфраструктуры и, конечно, пандемия коронавируса привели к тому, что россияне всё чаще путешествуют внутри страны (рисунок 2). Зарубежные курорты уступили место путешествиям по горам Алтая, скачкам в Карачаево-Черкесии и поездкам к шаманам в Тыву. Такие выводы были получены на основе масштабного мониторинга и анализа туристской сферы проводимой Аналитическим центром Сбериндекс при помощи анализа метаданных.

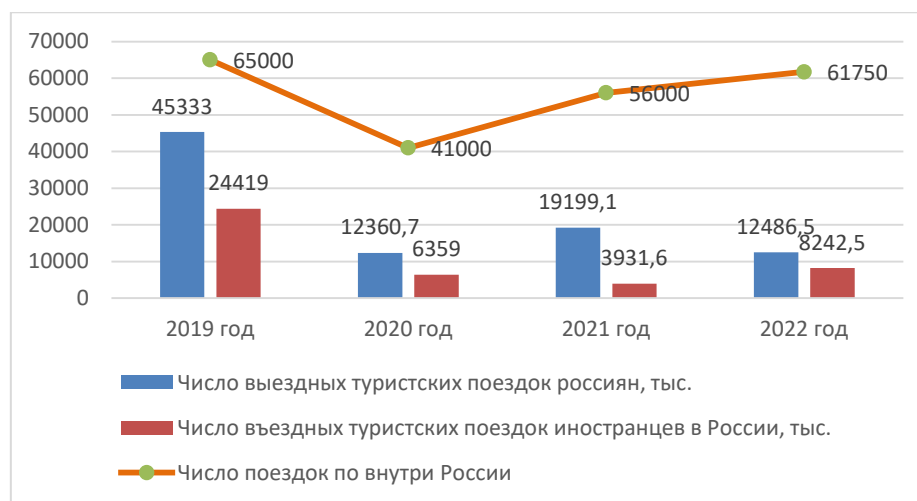


Рисунок 1 – Число въездных и выездных, внутренних поездок в РФ, тысяч.

За период 2019-2022 год число выездных и въездных поездок в совокупности сократилось на 70%, а число внутренних поездок сократилось на 5%.

По словам Майи Ломидзе, исполнительного директора Ассоциации туроператоров России (АТОР), с 2016 года во внутреннем туризме начались «золотые годы» – с тех пор рынок рос в среднем на 20% в год. На интерес к путешествиям по стране повлиял отложенный спрос после Олимпиады в Сочи и чемпионата мира по футболу. А пандемия, по словам Ломидзе, дала рынку новый толчок.

Люди распробовали внутренний туризм. Закрытие границ создаёт дополнительные преимущества для всех внутренних направлений. Если предположить, что границы откроют, то всё равно положительная динамика на внутреннем рынке сохранится. Туристический рынок России восстанавливается быстрее всего в мире. Российский туристический рынок восстанавливается самыми быстрыми темпами в мире. Индекс активности рынка в августе составил 85,1 пункта, в то время как средний по миру показатель равен 60. Восстановлению рынка способствуют развитие внутреннего туризма, открытие авиасообщения с Египтом и одобрение Таиландом вакцины «Спутник V».

Хорошее восстановление рынка туристских услуг в России по сравнению с другими странами демонстрируют ряд показателей в сравнении 2019 и 2021 годов.

Таблица 1 – Влияние пандемии COVID-19 на туризм в разных странах

	2019 год	2021 год	Изменения показателя за период
Занятость в сфере туризма и путешествий, млн. чел.			
Германия	5,9	5,1	-14%
Египет	2,4	2,2	-8%
Китай	82,2	73,3	-11%
США	16,8	10,5	-38%
Турция	2,6	2,4	-8%
Россия	4,4	4,3	-2%
Расходы резидентов внутри страны на сферу путешествий и туризма на душу населения в долларах США (по ценам и обменному курсу 2021 г., в долл. США)			
Германия	3866,8	2551,9	-34%
Италия	1955,5	1991,3	+ 2%
Китай	660,8	324,7	-51%
США	3307,0	2204,0	-33%
Россия	300,4	270,9	-10%
Франция	1980,8	1567,7	-21%

Факторами быстрого восстановления рынка туризма и рекреации в России стали:

- Высокий природно-географический потенциал развития туризма в регионах.
- Переориентация на внутренние поездки.
- Государственная поддержка отрасли.

Республика Алтай, по мнению специалистов из Сбериндекса, это единственный регион, который оказался среди лидеров по шести из семи категорий индекса туристической привлекательности. Общий индекс региона состоит из нескольких категорий, таких как:

- 1) лояльность туристов — сколько гостей возвращались в регион в течение двух лет;
- 2) годовой прирост отдыхающих до пандемии (показатели 2019 года к 2018-му) и включая ее (с 2018 по 2020 год) — количество туристов, благодаря которым бизнес зарабатывает, а регион развивается;
- 3) объём трат — сколько денег потратили отдыхающие в регионах;
- 4) количество туристов из дальних регионов — куда путешественники готовы ехать, несмотря на большие расстояния;
- 5) продолжительность поездки — где туристы готовы задерживаться надолго;
- 6) выручка компаний туристического сектора.

Ежегодно республику посещают более 2 млн. путешественников: «диких» туристов с палатками и бизнесменов с «почти неограниченными» бюджетами. Алтай привлекает их горными ландшафтами, водопадами и озёрами, природными красотами. Гости приезжают прокатиться по Чуйскому тракту – одной из десяти самых красивых дорог мира по версии National Geographic, полюбоваться цветением маральника, почувствовать себя на Марсе – прогуляться по долине реки Кызыл-Чин, отправиться в конный поход вдоль Катуня и затеряться в «Каменных грибах» – живописных скалах Аккурум.

Регион уверенно держит свои позиции и второй год входит в топ-10 регионов по темпу развития внутреннего туризма. За два года пандемии темп прироста путешественников составил 32,4%, а темп прироста по тратам приезжающих достиг 49,5%.

По данным лаборатории «СберИндекс», в мае-июле 2022 года Республику Алтай посетили 389 тысяч туристов — это на 9 процентов больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. По количеству туристов в мае-июле регион занял 48-е место в России, а по их приросту относительно показателей мая-июля 2021 года — 27-е место.

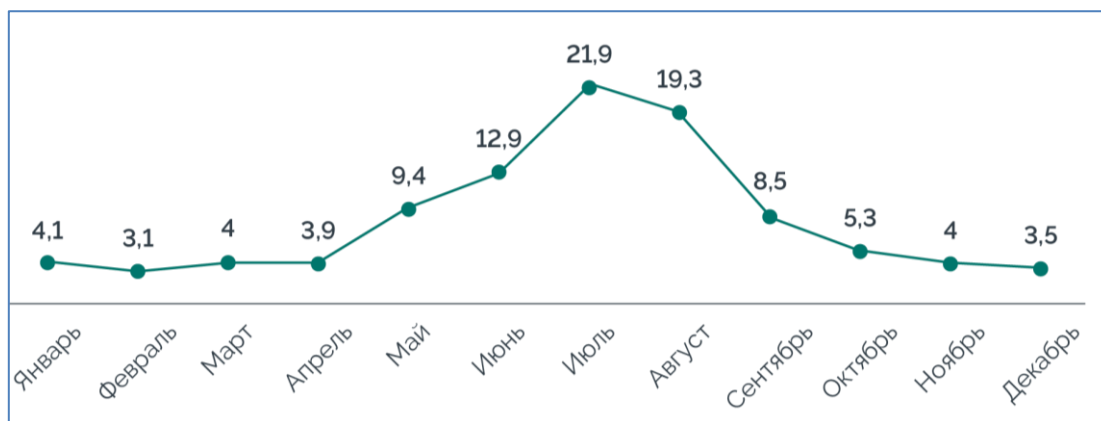


Рисунок 2 – Сезонные колебания посещаемости Республики Алтай, по данным Сбериндекса

Наиболее предпочтительным временем для поездки в горы стали летние месяцы и майские праздники. На этот период приходится почти две трети туристического потока за весь год. Реже всего отдыхающие приезжают зимой – это только 10,7% отдыхающих.

В ТОП-5 регионов, жители чаще всего посещали Республику Алтай в июле 2022 года, вошли Алтайский край (70,4 тысячи человек), Новосибирская (37,5 тысячи), Кемеровская (26,3 тысячи), Омская (8,6 тысячи) и Томская (6,5 тысячи) области. Любопытно, что на 6-м месте находится географически неблизкий Санкт-Петербург: красоты Горного Алтая всего за месяц привлекли 1,2 тысячи жителей Северной столицы.

Интересным являются результаты анализа восприятия Республики Алтай по сравнению с другими регионами. Исследование с целью сравнения регионов по уровню восприятия туристами провела российская консалтинговая фирма КБ «Стрелка». Методами исследования стали анализ текстов в интернете. Регион позиционируется как «Интересный» (наряду с «Особые», «Скромные» и «Малозаметные»). В эту группу также вошли – Алтайский край, Красноярский край, Камчатский край, Республика Татарстан, Краснодарский край и другие, всего 15 регионов. Наиболее привлекательными факторами стали – «Природа», а негативными «Туристская инфраструктура».

Для проектов, реализуемых на территории Турочакского района Республики Алтай, следует учитывать муниципальные особенности и особенности и именно указанно локации.

Турочакский район расположен в северо-восточной низкогорной части Республики Алтай. На территории района расположена северная часть Телецкого озера, основного объекта паломничества туристов, вокруг которого и сосредоточена основная часть туристической инфраструктуры района. По территории района протекают теплая река Лебедь и река Бия – вторая по величине после Катуня река Алтая, которая берет начало из Телецкого озера и, сливаясь за Бийском с Катунью, образует реку Обь.

Конечно же, в первую очередь их привлекает Телецкое озеро — уникальный памятник природы, включенный в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Его происхождение связано с тектоническими сдвигами земной коры. По своей красоте и популярности озеро соперничает с Байкалом. В отличие от Байкала, здесь нет никакой промышленности и очень мало населенных пунктов на реках-притоках Телецкого, поэтому вода во всем озере чистая и прозрачная, пригодная для питья. Воздух района также чист и целебен — кедровые леса возле Телецкого озера признаны лучшими в России. Примерно треть района занимает Алтайский Государственный Природный Заповедник — это восточные и частично северные прилегающие к Телецкому озеру территории. На западной стороне озера есть удобные песчаные и галечные пляжи.

Туристы обычно останавливаются на отдых как на многочисленных турбазах, предлагающих разный уровень сервиса, так и в частных домах местных жителей. Во многих подворьях в туристический сезон сдаются комнаты или построены приличные домики

специально для гостей. Экскурсионными услугами можно воспользоваться на турбазах, а также и у местных жителей, некоторые из которых обладают необходимыми знаниями и опытом, имеют в своем хозяйстве катера и лошадей.

В 2018 году построен гостиничный комплекс «Алтай Вилладж» класса «Премиум». Вместимость около 60 человек. На территории гостиничного комплекса ресторан, кафе, спа зона, русские бани, бассейны, теннисный корт, мараловодческое хозяйство, лечебные и оздоровительные процедуры, вертолетная площадка и пр.

В 2019 году в локации Телецкого озера был введен в эксплуатацию горно-лыжный курорт «Телецкий» на горе Кукуя, первая трасса которого была проложена еще в 2007 году. В ГЛК работают Общая протяженность трасс составляет 15,2 км., работают кресельный и бугельный подъемники, кафе, ресторан, пункты проката, спа-центр, гостиница и шале. Емкость мест составляет - 264 круглогодичных мест. Услуги проживания от 10 тыс. руб. за двухместный номер.

Рынок туристско-рекреационных услуг представлен в основном небольшими объектами в виде баз отдыха, туристских баз, гостевых домов и усадеб. Всего по данным сервиса 2ГИС в с. Артыбаш и с. Иогач работают около 175 баз отдыха, гостиниц, турбаз, гостевых домов. Большая часть из них представлены сельскими гостевыми домами, кемпингами на базе сельских усадеб. Такие объекты не всегда могут предложить качественное комплексное обслуживание, и рассчитаны на небольшие группы туристов. Гостевые дома не предназначены для приема индивидуальных гостей, так как стараются максимально использовать площадь для приема гостей. В сельских гостевых усадьбах сложно уединиться.

Таблица 2 – Описание туристских объектов в селе Артыбаш и Иогач, наиболее типичных для анализируемой туристской локации

№	Наименование объекта	Тип	Средний чек, руб.	Емкость	Средняя оценка/кол-во отзывов по данным сервиса 2ГИС	Дополнительная информация
<i>Объекты туристской инфраструктуры (услуги проживания) с емкостью мест свыше 50</i>						
1	Горное Озеро	База отдыха	3500/номер	190	3,4/132	Подогреваемый бассейн
2	Алтын-Кель	База отдыха	3100/номер	70	4,9/31	2 звезды
3	Жемчужина	Усадьба	4200/номер	60	3,9/26	Аренда катеров, питание
4	Исток	Туркомплекс	1000/чел	100	4,1/91	Питание, конференц-зал, 1 звезда
5	Кедровый берег	База отдыха	1200/чел	50	4,6/102	Только летом
<i>Объекты туристской инфраструктуры (услуги проживания) с емкостью мест 30-49</i>						
1	Шале Телецкое	Гостевая усадьба	6500/номер	42	4,4/82	-
2	Баба Яга	База отдыха	3000/номер	30	3,8/22	Услуги питания
3	Артыбаш	Гостиница	5600/номер	46	3,4/62	Три звезды, конференц-зал
4	Телецкие Терема	Турбаза	4500/номер	30	4,8/44	Бассейн с подогревом, кафе
5	Серебряный берег	Гостевой дом	3000/номер	28	4,6/8	-
<i>Объекты туристской инфраструктуры (услуги проживания) с емкостью мест меньше 30</i>						
1	Kedg house	База отдыха	8000/номер	16	5/11	-
2	Золотая бухта	База отдыха	20000/номер	13	5/4	-
3	Алтай Форест глэмп	Глэмпинг	12000/номер	16	5/8	-
4	Кедровый рай	Гостевой дом	500/чел	15	5/1	-
5	Усадьба Табакаевых	Гостевой дом	1000/чел	12	3,7/6	Продажа сувениров

Сертифицированных объектов гостиничной и рекреационной отрасли в районе сел Артыбаш и Иогач немного:

1. Altay Village Teletskoe, 5 звезд, 23 номера, 64 человека, от 102 500 руб. за номер на двоих в сутки.

2. ТайгаОзеро, 4 звезды, 10 номеров, 24 человека, от 7000 руб за номер стандарт двухместный без завтрака.

3. Алтай Ойер Парк, 4 звезды, 20 номеров, 69 человек, от 5000 руб. за номер стандарт двухместный без завтрака.

4. Артыбаш, 3 звезды, 23 номера, 67 человек, от 5500 за номер стандарт на двоих без завтрака

Выводы по статье:

1. Республика Алтай имеет высокий потенциал роста, связанный с переориентацией рынка на внутренний туризм.

2. В Республике Алтай недостаточный уровень туристской инфраструктуры, не соответствующий возросшему спросу.

3. Туристские фирмы Республика Алтай участвует в конкуренции как между собой, так и с турфирмами из других регионов, в этих условиях важно формировать лояльность клиентов.

4. Рынок услуг туристской сферы требует перезагрузки, направленной на повышение уровня удовлетворенности различных целевых групп.

Библиографический список

1. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному Дню Туризма – 2022 // Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf (дата обращения: 15.04.2023).

2. Сбериндекс и OneTwoTrip: российские туристы стали активнее, но не экономнее // СберИдекс : [сайт]. – URL: <https://sberindex.ru/ru/researches/sberindeks-i-onetwotrip-rossiiskie-turisty-stali-aktivnee-no-ekonomnee> (дата обращения: 15.04.2023).

УДК 349.6

К вопросу о развитии туризма и доступе граждан к природным ресурсам

Крашенинина Вера Геннадьевна

*к.и.н., доцент, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
vegak@mail.ru*

Чиконова Людмила Валентиновна

*к.и.н., доцент, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
tchikonowa@yandex.ru*

Аннотация. Республика Алтай имеет огромный потенциал развития туристской отрасли, что, однако, сопряжено с проблемами использования природных ресурсов, как основы жизни и деятельности народов, проживающих на ее территории. В статье анализируются проблемы, связанные с реализацией права граждан на свободный доступ к водным объектам и пользование береговой полосой, судебная практика и способы защиты прав граждан

Ключевые слова: Правовое регулирование, туризм, публичный сервитут, законодательство, Республика Алтай, природные ресурсы, водные объекты общего пользования, береговая полоса.

Implementation of the Constitutional Principle of Democracy in the System of Unified Public Power: Problems and Prospects

Kracheninina Vera

*Ph.D., Associate Professor, Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk
vegak@mail.ru*

Chikonova Ludmila

*Ph.D., Associate Professor, Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk
tchikonowa@yandex.ru*

Annotation. The Altai Republic has a huge potential for the development of the tourism industry, which, however, is associated with the problems of using natural resources as the basis of the life and activities of the peoples living in the relevant territory. The article analyzes the problems associated with the realization of the right of citizens to free access to water bodies and the use of the coastal strip, judicial practice and ways to protect the rights of citizens

Keywords: Legal regulation, tourism, public easement, legislation, Altai Republic, natural resources, public water bodies, coastline

Современная индустрия туризма является важным сегментом национальной экономики нашей страны и республики. Высокоэффективная и конкурентоспособная индустрия туризма способна удовлетворить потребности российских и иностранных граждан в туристских услугах.

Огромный потенциал развития туристской отрасли имеется в Горном Алтае. Прежде всего здесь сохранились еще не тронутые уголки дикой природы, обладающие большой туристской привлекательностью: ледники, особо охраняемые природные территории и культурно-исторические объекты, озера и другие природные ресурсы.

Вместе с тем, динамичное развитие туризма сопряжено с проблемами использования природных ресурсов, как основы жизни и деятельности народов, проживающих на соответствующей территории (ст. 9 Конституции) [1]. Каждый гражданин вправе иметь доступ к ресурсам и бесплатно использовать их для личных и бытовых нужд. К примеру, ст.6 Водного кодекса Российской Федерации [2] определила, что поверхностные водные объекты, находящиеся в государственной или муниципальной собственности, являются водными объектами общего пользования. Каждый гражданин вправе пользоваться (без использования механических транспортных средств) береговой полосой (ширина береговой полосы водных объектов общего пользования составляет двадцать метров) водных объектов общего пользования для передвижения и пребывания около них, в том числе для осуществления любительского и спортивного рыболовства и причаливания плавучих средств. Таким же образом решен вопрос и с лесными ресурсами. Так, статья 11 Лесного кодекса РФ [3] указывает, что граждане имеют право свободно и бесплатно пребывать в лесах, собирать и заготавливать для собственных нужд дикорастущие плоды, ягоды, орехи, грибы и другие пригодные для употребления в пищу лесные ресурсы и т.д.

Развитие туристической отрасли сопровождается строительством гостиниц, пляжей, причалов иных объектов в сфере туризма и в результате нередко ограничивается доступ граждан к земельным и иным природным объектам. В целях соблюдения баланса интересов населения и туристического бизнеса законодателем установлены определенные правила. Так, согласно ст.262 Гражданского кодекса Российской Федерации [4], ст. 23 Земельного кодекса Российской Федерации [5] (беспрепятственное) свободное нахождение граждан на не закрытых для общего доступа земельных участках, являющихся государственной или муниципальной собственностью может осуществляться путем установления публичного сервитута органами власти как на частных землях, так и на землях, находящихся в публичной собственности.

Публичный сервитут — вид земельного сервитута, устанавливаемого законом или иным нормативным правовым актом в случаях необходимости обеспечения интересов государства, местного самоуправления или местного населения, не предусматривающий изъятия земельных участков.

Основанием для установления публичного сервитута является необходимость защиты интересов неопределенного круга лиц, которую нельзя обеспечить другим способом.

Основными принципами установления публичного сервитута являются его оптимальность и установление на наименее обременительных условиях для использования земельного участка в соответствии с его целевым назначением и разрешенным использованием.

Сведения о публичном сервитуте вносятся в Единый государственный реестр недвижимости.

В Республике Алтай, в связи с активным развитием туристического бизнеса, оказался весьма затруднен проход в зону береговой полосы побережья рек Катунь и Бия.

Местные жители и приезжающие гости нередко не имеют полного доступа к берегам рек: натываются на заборы, в том числе в воде, на шлагбаумы, охрану, таблички с надписями «Частная территория. Проход и проезд запрещен». Найти свободный проход к воде и свободный от чужих заборов, пирсов, других построек кусок берега, становится проблемой.

Право свободного доступа и пользования береговой полосой распространяется только на общедоступные водные объекты.

Общедоступными являются все поверхностные водные объекты, за исключением прудов и обводненных карьеров, расположенных в границах частных земельных участков. Однако зачастую сложно определить, является тот или иной водный объект объектом общего пользования или нет. Так, например, Верховный суд указал, что пруды могут находиться в частной собственности, т.е. не являются общедоступными, только если не имеют гидравлической связи с иными водными объектами (изолированы от других водных объектов) [6]. Соответственно, расположение пруда на частной территории еще не означает, что он не является общедоступным, и нельзя исключать того, что участок, в пределах которого расположен пруд, имеющий гидравлическую связь, мог быть передан неправомочно органами публичной власти. Вместе с тем, если пруд изолирован от других водных объектов и расположен на частном участке, в доступе к такому водному объекту будет отказано.

Для возникновения права общего пользования водными объектами и лесами не требуется установления цели пользования, заключения договора, соблюдения процедуры установления границ пользования (например, береговая полоса реки в силу закона общедоступна, как и сам водный объект, что означает право каждого пребывать на любой части береговой полосы). Право общего пользования не подлежит государственной регистрации, в отличие от вещных прав на данные объекты.

Вместе с тем, для легализации права общего пользования и во избежание судебных споров (или юридической ответственности) органы местного самоуправления вправе устанавливать публичные сервитуты. В случае, когда проход или проезд к водному объекту и его береговой полосе невозможен иначе, чем через земельный участок, принадлежащий иному лицу и расположенный за пределами береговой полосы, лица, которые ограничены в свободном доступе к водному объекту, вправе обратиться в органы исполнительной власти и муниципалитеты с заявлением об установлении публичного сервитута в целях прохода или проезда к водному объекту.

Установление публичного сервитута осуществляется с учетом результатов общественных слушаний, которые обеспечивают соблюдение необходимого баланса публичного и частного интереса при использовании земельного участка. Обязанность установления публичного сервитута вытекает из правовой природы органов местного самоуправления - это прежде всего форма народовластия. Если орган местного самоуправления не принимает соответствующие меры по установлению публичного сервитута в тех ситуациях, когда на основании предписаний законодательства необходимо его установление, такое бездействие органа местного самоуправления может быть обжаловано в порядке, установленном Кодексом административного судопроизводства

Российской Федерации, гражданами, считающими, что бездействием органов местного самоуправления по установлению публичного сервитута созданы препятствия к осуществлению прав, свобод и реализации их законных интересов.

В научной доктрине исследователи обращают внимание на соблюдение органами публичной власти порядка установления публичного сервитута.

Во-первых, к определению цели установления публичного сервитута со стороны органов местного самоуправления (недопустимо его установление в интересах отдельных частных лиц, какой бы характер не носила их деятельность), во-вторых, к соблюдению процедуры установления публичного сервитута (обязательное проведение публичных слушаний об установлении публичного сервитута с участием заинтересованных сторон, надлежащее оформление их результата и принятие решения об установлении публичного сервитута исключительно по результатам публичных слушаний), в-третьих, к соблюдению процедуры принятия нормативного акта органа местного самоуправления об установлении сервитута (обязательное официальное опубликование нормативного акта об установлении публичного сервитута) [7].

Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ст.14) [8] определены вопросы местного значения: создание условий для массового отдыха жителей и организация обустройства мест массового отдыха населения, включая обеспечение свободного доступа граждан к водным объектам общего пользования и их береговым полосам. Настоящий закон, а также Уставы муниципальных образований наделяются полномочиями по решению вопросов местного значения. В частности, органы местного самоуправления обязаны:

- устанавливать в акватории озера, находящегося на территории муниципального образования, пляжа как объекта массового отдыха граждан [9];
- принимать меры по защите прав населения на доступ к водным объектам, что является прямой обязанностью органа местного самоуправления [10].

Еще одной формой обеспечения граждан на свободное использование природных объектов является заключение договора аренды на предоставление земельного участка для использования в туристско-рекреационных целях. В качестве существенного условия аренды органы местного самоуправления вправе устанавливать обязательность для арендатора обеспечивать доступ к водным объектам и береговой полосе. В соответствии с ч. 3.2 ст. 22 Земельного кодекса РФ, договор аренды земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности и расположенного в пределах береговой полосы водного объекта общего пользования, заключается с пользователем водного объекта при условии обеспечения свободного доступа граждан к водному объекту общего пользования и его береговой полосе. В случае нарушения или отказа от заключения договора аренды должно принять меры к расторжению договора или отказать в заключении договора аренды.

Если участок передан в аренду, арендатор, как лицо, обязанное в соответствии с условиями договора аренды и земельным законодательством соблюдать режим использования участка, несет ответственность за нарушение норм, обеспечивающих беспрепятственное пользование участком.

Судебная практика исходит из того, что свободный доступ к водному объекту общего пользования и его береговой полосе подразумевает возможность не только прохода к берегу, но и возможность использовать всю береговую полосу безвозмездно и без ограничений для передвижения и пребывания около данного водного объекта. При этом соответствующая обязанность распространяется на владельцев не только участков непосредственно в береговой полосе, но и расположенных за её пределами вблизи от водного объекта. Исходя из этого, возможность подойти к водному объекту иными способами не имеет значения в вопросах ограничения доступа к водному объекту [11]. А наличие открытых калиток или дверей в ограждении на момент проведения проверки на предмет соблюдения водного

законодательства не свидетельствует безусловно о свободном доступе граждан в зону береговой полосы и не опровергает факт нарушения прав граждан [12].

Проблема незаконного ограничения доступа к водным объектам общего пользования на территории РФ имеет массовый характер.

Самовольная застройка береговой полосы, возведение ограждающих конструкций, препятствующих доступу к водному объекту и его береговой полосе, организация платного прохода, взимание платы за пребывание на водном объекте, незаконное принятие решения об ограничении доступа и т. д.

Так, например, Майминским районным судом Республики Алтай рассмотрено исковое заявление администрации Манжерокского сельского поселения к новосибирскому предпринимателю Леониду Сафронову о сносе самовольных построек в урочище Каянчинский плес, расположенном на берегу Катуня [13]. Земельный участок был предоставлен предпринимателю для строительства пасеки, впоследствии огражден забором протяженностью более километра (рисунок 1, рисунок, 2).



Рисунок 1 – Расположение земельного участка



Рисунок 2 – Расположение земельного участка (вид сверху)

Однако, фактически вместо ульев были построены жилые дома, которые использовались для отдыха. Учитывая, что земельный участок относится к землям сельскохозяйственного назначения, он должен использоваться для сельскохозяйственных целей, строительство жилых домов на подобных землях запрещено, суд вынес вышеуказанное решение.

В целях обеспечения свободного доступа граждан к водным объектам законодателем установлены следующие способы защиты:

1. Обращение в надзорные органы с заявлением о проведении проверки соблюдения законодательства в области охраны водных объектов и привлечение к административной ответственности. К таким органам, в частности, относится природоохранная прокуратура [14]. По результатам проверки прокурор обязан вынести соответствующий акт прокурорского реагирования об устранении нарушений, а в случае неисполнения, обратиться в суд с требованием не чинить препятствий и обеспечить доступ к водному объекту и его береговой полосе.

Также полномочиями по охране водного объекта, проведению проверки на наличие нарушений природоохранного законодательства наделен Росприроднадзор, который, в том числе, осуществляет привлечение к административной ответственности по ст. 8.12.1 КоАП РФ: за несоблюдение условия обеспечения свободного доступа граждан к водному объекту общего пользования и его береговой полосе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на должностных лиц - от сорока тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, - от сорока тысяч до пятидесяти тысяч рублей или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток; на юридических лиц - от двухсот тысяч до трехсот тысяч рублей или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток.

Так, Верховным судом РФ рассмотрено административное дело о привлечении общества с ограниченной ответственностью «Наукоград» к административной ответственности [15]. Судом было установлено, что неустановленные лица в казачьей форме взимали по сто рублей с человека за проход к пляжу общего пользования по ступеням. После оплаты гражданам выдавали документы кассового прихода с печатью ООО «Наукоград», затем их допускали к проходу к береговой полосе Черного моря. Береговая полоса в г. Геленджике в районе «Голубой Бухты» в границах вышеназванного земельного участка является общедоступной и предназначена для общего пользования в целях передвижения, пребывания около водного объекта.

Верховный суд России указал на то, что то обстоятельство, что общество использует земельный участок по договору аренды и своими силами за собственные средства оборудовало на арендованном земельном участке ступенчатый спуск к морю, не освобождает общество от обязанности обеспечить гарантированный Водным кодексом Российской Федерации доступ граждан к водному объекту общего пользования и его береговой полосе с соблюдением требований водоохранного законодательства. Являясь пользователем земельного участка, в границах которого находится береговая полоса общего пользования, общество в соответствии с требованиями Водного кодекса Российской Федерации обязано было обеспечить свободный доступ граждан к водному объекту общего пользования и его береговой полосе, однако ограничило такой доступ путем взимания платы, за что обоснованно привлечено к административной ответственности.

2. Обращение в органы муниципальной власти. В силу положений статьи 27 ВК РФ в компетенцию муниципальных органов входит обеспечение свободного доступа граждан к водным объектам общего пользования и их береговой полосе.

Соответственно органы муниципальной власти несут ответственность за бездействие, выражающееся в неисполнении вышеназванных полномочий и обязаны принять меры по демонтажу ограждающих конструкций и прекращению иных действий, препятствующих свободному доступу.

Так, решением суда бездействие муниципального органа по неорганизации надлежащего, свободного доступа граждан к водному объекту общего пользования было признано незаконным, возложена обязанность по демонтажу возведённых неустановленным лицом ограждающих конструкций [16].

Обращение в муниципальные органы также поможет защитить права в ситуации, с которой приходилось разбираться юристам Правового центра «ДВА М», когда ограничение доступа к водному объекту осуществлялось посредством размещения ограждений на неразграниченных публичных землях и запрета на въезд на улично-дорожную сеть населенного пункта.

В этой ситуации незаконность действий сводится не только к нарушению водного законодательства, но также имеет место самовольное возведение некапитальных строений без каких-либо прав на земельный участок и без разрешения муниципальных органов, а также незаконное ограничение доступа к дорогам общего пользования.

Поскольку неразграниченные публичные земли находятся в распоряжении муниципального органа, он обязан воздействовать на нарушителя и принять меры для обеспечения доступа и прекращению незаконных действий.

3. Обращение в суд с требованием об устранении препятствий в пользовании водным объектом, его береговой полосой. Данное требование может быть заявлено в рамках коллективного иска группой лиц при соблюдении ряда условий, предусмотренных статьей 244.20 ГПК РФ, а также в индивидуальном порядке лицом, чьи права в свободном доступе нарушаются.

Также с указанным требованием в защиту интересов неопределенного круга лиц может обратиться и прокурор, который по результатам проверки вправе принять соответствующие меры прокурорского реагирования. К примеру, Горно-Алтайской межрайонной природоохранной прокуратурой проведена проверка законности использования земель в водоохранной зоне реки Бия, в ходе которой установлено, что находящийся в частной собственности СПК «Туллой» земельный участок возле с. Туллой Турочакского района в части площади 4082 кв. м. пересекается с акваторией и береговой полосой данного водного объекта.

Между тем, нахождение в частной собственности части земельного участка в пределах акватории и границ береговой полосы реки Бия, предназначенной для передвижения и пребывания граждан около водного объекта общего пользования, для осуществления любительского рыболовства и причаливания плавучих средств и возможность его дальнейшего произвольного использования со стороны собственников влечет за собой нарушение законных прав и интересов неопределенного круга лиц на равный доступ к землям общего пользования. В целях устранения допущенных нарушений законодательства Горно-Алтайским межрайонным природоохранным прокурором в Турочакский районный суд направлено исковое заявление об исключении сведений из Единого государственного реестра недвижимости и установлении новых границ земельного участка (в настоящее время решение судом не вынесено) [17].

Право каждого гражданина иметь доступ к таким водным объектам общего пользования, бесплатно использовать их для личных и бытовых нужд гарантировано Конституцией и законами Российской Федерацией.

Обязанность органов власти защищать это право, создавать условия для соблюдения прав и интересов населения по использованию природных ресурсов.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации : [принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 03.04.2023).

2. Водный кодекс Российской Федерации : текст с изменениями и дополнениями на 3 апреля 2023 года : [принят Государственной Думой 12 апреля 2006 года : одобрен Советом Федерации 26 мая 2006 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60683/ (дата обращения: 05.04.2023).
3. Лесной кодекс Российской Федерации : текст с изменениями и дополнениями на 29 декабря 2022 года : [принят Государственной Думой 8 ноября 2006 года : одобрен Советом Федерации 24 ноября 2006 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64299/ (дата обращения: 05.04.2023).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : текст с изменениями и дополнениями на 3 апреля 2023 года : [принят Государственной Думой 21 октября 1994 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 10.04.2023).
5. Земельный кодекс : текст с изменениями и дополнениями на 3 апреля 2023 года : [принят Государственной Думой 28 сентября 2001 года : одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/ (дата обращения: 10.04.2023).
6. Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 2 (2019) : [утвержден Президиумом Верховного Суда РФ 17.07.2019] // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2020. – № 2.
7. Кабанова, И. Е. Нарушения, допущенные органами местного самоуправления при установлении публичных сервитутов (по материалам судебной практики) / И. Е. Кубанова // Власть Закона. – 2018. – № 2.
8. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : Федеральный закон №131-ФЗ : [принят Государственной Думой 16 сентября 2003 года : одобрен Советом Федерации 24 сентября 2003 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 05.04.2023).
9. Определение Ленинградского областного суда от 03.05.2012 № 33а-1952/2012. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/35273494/> (дата обращения: 05.04.2023).
10. Кассационное определение Верховного суда Республики Дагестан от 08.02.2012 по делу № 33-3310/2012. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/ScuvPkVJsMds/?regular-txt=®ular-case_doc=33-3310 (дата обращения: 05.04.2023).
11. Постановление Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 06.10.2021 № N 16-5485/2021. – URL: <https://base.garant.ru/322758577/#friends> (дата обращения: 05.04.2023).
12. Постановление Севастопольского городского суда от 20.01.2017 № 4А-5/2017. – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SOUG&n=121766#oursRdTCch2vyoUs> (дата обращения: 05.04.2023).
13. Гражданское дело Майминского районного суда о сносе самовольных построек. – URL: <https://news.myseldon.com/ru/> (дата обращения: 05.04.2023).
14. О разграничении компетенции прокуроров территориальных, военных и других специализированных прокуратур : приказ Генпрокуратуры России от 07.05.2008 № 84. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_79085/ (дата обращения: 05.04.2023).
15. Постановление Верховного суда РФ от 2 сентября 2022 г. по делу № 12-407/2020. – URL: <https://sudact.ru/vsrf/doc/НкОСFLwyAemw/> (дата обращения: 05.04.2023).
16. Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 12.01.2021 № 88а-1605/2021. – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=KSOJ001&n=34996#TUF1SdTeXzNcw3lm> (дата обращения: 05.04.2023).
17. Информация о нарушении природоохранного законодательства // Прокуратура Республики Алтай : официальный сайт. – URL: https://epp.genproc.gov.ru/web/proc_04/mass-media/news?item=87120293 (дата обращения: 05.04.2023).

**Диверсификация туристической отрасли: необходимость и реальность
(на материалах Алтайского края)**

Мотина Елизавета Вадимовна

*студент, Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
mtn120702@gmail.com*

Глотова Наталья Ивановна

*доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и аудита, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
niglotova@inbox.ru*

Аннотация. Туризм является одним из важных направлений, влияющих на рост экономики каждого государства. В работе рассматриваются вопросы, связанные с характеристикой современного состояния и перспектив развития внутреннего туризма в России и в Алтайском крае, в частности. Особое внимание уделено вопросам, касающимся реализации основных инвестиционных национальных проектов в области туризма Алтайского края. Аргументирована необходимость дальнейшей государственной поддержки внутреннего туризма с целью более полноценного использования имеющегося потенциала в разрезе регионов посредством диверсификации.

Ключевые слова: внутренний туризм, туристский поток, Алтайский край, государственная поддержка, инвестиции, диверсификация.

**Diversification of the tourism industry: necessity and reality
(based on the materials of the Altai territory)**

Motina Elisaveta

*student, Altai State Agrarian University, Barnaul
mtn120702@gmail.com*

Glotova Natalia

*Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Auditing, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Altai State Agrarian University, Barnaul
niglotova@inbox.ru*

Abstract. Tourism is one of the important areas affecting the growth of the economy of each state. The paper discusses issues related to the characteristics of the current state and prospects for the development of domestic tourism in Russia and in the Altai Territory, in particular. Special attention is paid to issues related to the implementation of the main national investment projects in the field of tourism of the Altai Territory. The need for further state support of domestic tourism is argued in order to better use the existing potential in the context of regions through diversification.

Keywords: domestic tourism, tourist flow, Altai Territory, state support, investments, diversification.

Развитие туристской отрасли в России с каждым годом приобретает все большую актуальность, оказывая при этом стимулирующее действие на другие сектора экономики, привлекая и мотивируя источники инвестирования любого уровня, создавая значительное количество рабочих мест, увеличивая базу налогообложения, сохраняя культурный и исторический потенциал страны, а также способствует развитию межнационального и межкультурного диалога. Однако Россия значительно отстает по вкладу от туризма в экономику страны и экспорту туристических услуг от мировых лидеров.

В 2022 году в качестве осуждения российской военной спецоперации на Украине некоторые страны, включая государства Евросоюза, запретили или ограничили действие и выдачу россиянам туристических виз. На этом фоне вырос объем внутреннего туризма в России – на 7% [7].

Туризм оказывает большое влияние на рост и развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги туристских компаний, коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной и иной продукции, общественное питание, сельское хозяйство, строительство и другие отрасли, тем самым выступая катализатором социально-экономического развития многих регионов России, в том числе и Алтайского края.

Нужно отметить, что Алтайский край в данный период является основным регионом Сибирского федерального округа (СФО) по развитию туризма, занимая 3 строчку в рейтинге. Одним из важнейших индикаторов развития туризма являются турпотоки. На долю Алтайского края за 3 квартала 2022 г. пришлось порядка 17% туристического потока среди регионов СФО (таблица 1).

Таблица 2 – Оценка туристского потока в Сибирском федеральном округе за январь-сентябрь 2022 года

Наименование	Количество	
	единиц	%
Сибирский федеральный округ – всего, в том числе:	9055616	100
Новосибирская область	1916294	21
Красноярский край	1611863	18
Алтайский край	1583447	17
Иркутская область	1166697	12
Кемеровская область - Кузбасс	844560	10
Омская область	621513	7
Республика Алтай	549471	6
Томская область	442405	5
Республика Хакасия	259425	3
Республика Тыва	59941	1

Источник: Составлено авторами на основе данных Росстата [6].

Результаты исследований показали, что все больше территорий Алтайского края вовлекаются в процесс создания комфортной туристской среды. Географическое положение региона позволяет формировать туристские маршруты, расширяющие спектр туристского предложения.

Алтайский край характеризуется как многопрофильный туристский регион, предлагающий разнообразные программы отдыха и туризма [3]. Наиболее востребованы у жителей и гостей региона лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, детский, сельский, событийный, активный виды туризма. К перспективным направлениям развития туристской отрасли относятся экологический, горнолыжный, гастрономический, медицинский виды туризма.

В настоящее время наиболее посещаемыми с целью туризма муниципалитетами края являются: Алтайский, Егорьевский, Завьяловский, Залесовский, Заринский, Змеиногорский, Косихинский, Красногорский, Краснощековский, Кулундинский, Курьинский, Павловский, Первомайский, Романовский, Смоленский, Советский, Солонешенский, Тальменский, Чарышский районы, города Барнаул, Белокуриха, Бийск, Яровое.

Лидером высокотехнологичного туризма в крае служит региональный санаторно-курортный комплекс, который ежегодно оздоравливает более 150 тыс. человек. Большинство санаторно-курортных организаций Алтайского края сконцентрировано в городе-курорте федерального значения Белокуриха.

Стоит отметить, что инвестиции в туротрасль постоянно увеличиваются [4]. Основные инвесторы Алтайского края находятся в ОАЭЗ «Бирюзовая Катунь», на территории «Сибирской монеты» и в «Белокурихе Горной». Например, компания «Гранд-Крио Алтай» уже стала резидентом в «Белокурихе Горной» и собирается в 2023 году открыть гостиницу за

1 млрд. рублей. Она же планируют построить объект в «Бирюзовой Катуни» стоимостью 600 млн. рублей.

Кроме того, в Белокурихе недалеко от санатория с одноимённым названием появится первый сетевой пятизвёздочный отель «Азимут», стоимостью более 3 млрд. руб. на 166 номеров.

В объекты «Бирюзовой Катуни» инвесторы за девять месяцев 2022 года вложили 550 млн. рублей [1]. Это на 20% больше показателей того же периода прошлого года. В турзоне числятся 29 крупных резидентов и общий объём инвестиций уже превышает 22 млрд. рублей. Реализация инвестпроектов позволила ввести в эксплуатацию в 2022 году около 600 новых мест размещения на «Бирюзовой Катуни». Большинство из них полноценно заработают в 2023 году. Речь идет о таких комплексах, как Grand Chalet Altai и «Алтика Алтай».

Кроме того, Алтайский край впервые в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2023 году получит федеральную поддержку на развитие туризма [5]. Гранты от государства, а это более 68 млн. руб., которые направят на благоустройство пляжей, развитие турмаршрутов, проведение и продвижение мероприятий.

Благодаря реализации нацпроекта «Безопасные и качественные дороги» удалось сделать более 40 км дорог к туристическим объектам в крае. Это дороги к Бурлинскому озеру, солёному озеру Розовому, к озеру Ая. Расширяется Чуйский тракт, ремонтируется дорога от Белокурихи до Денисовой пещеры и другие трассы.

По нацпроекту «Экология» управление по туризму сотрудничает с алтайским Минприроды. Власти занимаются адаптацией особо охраняемых территорий. Так, например, на данный момент управление по туризму решает вопрос о создании туристических троп в Салаирском и Тигирекском заповедниках.

Проведенный обзор показал, что на сегодняшний день в регионе сформирована достаточно диверсифицированная туристическая инфраструктура: услуги гостеприимства демонстрируют туристические комплексы Grand Chalet Altai и «Золото Алтая», этно-глэмпинг «Алтайское кочевье» и гостиничный комплекс «Олимп-парк». Курортный потенциал представляют санатории «Алтай-WEST» и «Алтайский замок», курортный отель «Беловодье» и крупнейшая в Сибири сеть здравниц «Курорт Белокуриха» (санатории «Белокуриха», «Катунь» и «Сибирь»). Гастрономический туризм продвигают Долина семейного отдыха «Алтайское Холмогорье» и Центр алтайского гостеприимства «Горная аптека». Перспективную инвестиционную площадку презентует Общественный фонд по развитию археокомплекса «Денисова пещера».

Кроме того, для обеспечения качественного обслуживания отдыхающих сформирована система многоуровневой подготовки специалистов в сфере туризма различной квалификации, начиная с контактного персонала и заканчивая уровнем высшего менеджмента. В четырех вузах и семи образовательных учреждениях среднего профессионального образования Алтайского края ведется подготовка специалистов для туристической отрасли. Ежегодно данные учебные заведения заканчивают порядка 450 человек [2].

На наш взгляд, стратегия развития туризма в России за последний год изменилась тем, чтобы сделать путешествия более доступными для граждан и более массовыми. Мы должны, прежде всего, концентрироваться на транспортной доступности: развивать туризм вокруг крупных городов. Это поездки выходного дня, вовлечение как можно большего числа людей в занятия туризмом. Для достижения поставленных результатов Правительство выделяет более 12 млрд. руб. на развитие туризма внутри страны, это поможет создать единое архитектурно-культурное пространство в популярных туристических местах, объединить достопримечательности, провести благоустройство, внедрить продуманную, удобную, комфортную для людей навигацию, оформить все в общем стиле.

Полагаем, что предложенные решения помогут и дальше активно развивать туристическую отрасль, создавая новые рабочие места в регионах. А государственные вложения позволят реализовать идеи, необходимые для развития всей отрасли, призванные сделать поездки по стране более интересными, комфортными и доступными.

Библиографический список

1. Глотова, Н. И. Туристический бизнес России: состояние и направления трансформации / Н. И. Глотова // Туризм как фактор устойчивого развития региона : материалы Международной научно-практической конференции (10-11 февраля 2022 г.) / под общ. ред. Т. А. Кутубаевой, Н. И. Клепиковой. – Горно-Алтайск : БИЦ ГАГУ, 2022. – С. 10–15.

2. Глотова, Н. И. Развитие туристической индустрии как инструмент формирования мультипликативного эффекта в экономике России / Н. И. Глотова // Актуальные проблемы технологии продуктов питания, туризма и торговли : материалы IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Нальчик, 2022. – С. 104–108.

3. Глотова, Н. И. Малые формы хозяйствования – потенциал развития сельских территорий (на материалах Алтайского края) / Н. И. Глотова // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. – 2021. – № 4 (27). – URL <http://e-journal.omgau.ru/images/issues/2021/4/00958.pdf> (дата обращения: 03.04.2023). – ISSN 2413-4066.

4. Муклаева, А. А. Современное состояние и перспективы развития туризма Республики Алтай / А. А. Муклаева // Вестник молодежной науки Алтайского государственного аграрного университета. – 2022. – № 1. – С. 98–102.

5. Государственная программа «Развитие туризма» // Ростуризм : [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/gosudarstvennaya-programma-razvitie-turizma> (дата обращения: 22.03.2023).

6. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 25.03.2023).

7. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон № 132-ФЗ : [принят Государственной Думой 4 октября 1996 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 21.03.2023).

4 Разработка модели устойчивого развития туризма в регионе

УДК 338.48

Стратегия формирования экосистемы устойчивого туризма туристских территорий

Рассохина Татьяна Васильевна

д.э.н., доцент, проректор по развитию программ магистратуры и аспирантуры

Российская международная академия туризма

rassohina@gmail.com

Аннотация. Рассматриваются ключевые стратегические принципы формирования систем управления устойчивым развитием туризма на основе экосистемного подхода в туристских территориях. Анализируется роль туристских экономических экосистем в экономике регионов Российской Федерации посредством анализа доли сферы туризма в валовом региональном продукте регионов. Выявлено значение туризма для регионов с общим относительно низким ВРП, в том числе для Республики Алтай.

Ключевые слова: туризм, экономическая экосистема, доля туризма в валовом региональном продукте, Республика Алтай, туристская территория

Strategy of formation of the ecosystem of sustainable tourism of tourist territories

Rassokhina Tatiana

Doctor of Economics, Associate Professor, Vice-Rector for the Development of Master's and

Postgraduate Programs Russian International Academy for Tourism

rassohina@gmail.com

Annotation. The article discusses the key strategic principles of the formation of management systems for sustainable tourism development based on the ecosystem approach in tourist areas. The role of tourist economic ecosystems in the economy of the regions of the Russian Federation is analyzed by analyzing the share of tourism in the gross regional product of the regions. The importance of tourism for regions with a relatively low overall GRP, including the Altai Republic, has been revealed.

Keywords: tourism, economic ecosystem, tourism share in the gross regional product, Altai Republic, tourist territory

В условиях современных вызовов новой экономической реальности, вызванных мировым системным экономическим кризисом, санкционными ограничениями, трансформацией климата, снижением потребительской активности и покупательной способности в традиционных индустриях и развитием креативных индустрий, устойчивое развитие туризма в туристских территориях должно осуществляться в соответствии с методологией экосистемного подхода. Формирование экосистемы туризма является одним из основополагающих механизмов устойчивого развития туризма. Возможности экономики новой реальности, такие как: цифровая трансформация экономики, развитие зеленой экономики, трансформация ментальности, реализация национальных проектов и государственных программ, изменение структуры туристских потоков создают условия формирования эффективных туристских территориальных экосистем устойчивого развития.

В работах автора [4,5] предлагается следующее определение понятия туристской территории: «туристская территория – это территориальная социально-экономическая система, управляемая на определенном уровне регионального и/или муниципального управления на основе экосистемного партнерского взаимодействия экономических агентов, обладающая туристскими ресурсами и туристской инфраструктурой и формирующая условия для удовлетворения потребностей туристов и экскурсантов.» Природа экосистем непосредственно связана с сетевой типологией систем [2,8,10]. С развитием экономики

совместного потребления особенно возрастает значимость экосистемного партнерского взаимодействия между экономическими агентами в сфере туризма [9,11].

С позиции экосистемного подхода, туристская территория является сложной территориальной социально-экономической системой, поскольку состоит из множества взаимосвязанных элементов (подсистем, компонентов), выступающих как определенная целостность [4]. Как сложная структура, туристская территория имеет ряд дополнительных признаков: наличие разнообразных (материальных, информационных, институциональных и пр.) связей, которые с различной силой влияют на подсистемы и элементы подсистем, изменяя при этом баланс устойчивости, то есть силу взаимодействия между основными компонентами.

Сфера туризма территории, образованная межсекторной экономической конвергенцией ведения бизнеса на основе цифровых механизмов обеспечивает повышение эффективности совместного бизнеса за счет добровольного сотрудничества и взаимодействия [1,10]. Экосистема формируется как среда, которая влияет на динамические возможности всех участников по развитию как собственных конкурентных преимуществ, так и территориальных. Экосистема туристской территории формируется на базисной основе образованной институциональными структурами, определяющими правила взаимодействия и создающими условия для создания обязательных элементов экосистемы: единой цифровой платформы, образовательного кластера, общественных организаций консолидирующих бизнес структуры и принимающее сообщество.

Для оценки эффективности экосистем туристских территорий ключевыми являются оценки показателей прямого и косвенного вклада туризма в экономику. Для туристских территорий важно не просто принять туристский поток, который принесет с собой кроме денег, еще и социальные и экологические проблемы, а получить экономическую и социальную эффективность. В таблице 1 отражены основные показатели вклада туризма в экономику регионов Российской Федерации, имеющих туристскую специализацию.

С целью выявления экономических закономерностей устойчивого развития туризма проведено исследование данных официальной государственной статистики экономических показателей предприятий, относящихся к группе ОКВЭД «Туризм». При анализе выделяются регионы, имеющие высокий как относительный, так и абсолютный вклад туризма в ВРП. Лидерами этого ренкинга предсказуемо являются регионы, обладающие значительным рекреационным потенциалом, туристкой инфраструктурой, освоенные туристкой индустрией и активно продвигающиеся на туристский рынок. Доля туристкой сферы в ВРП в этих регионах выше средней по стране, которая составляет 3,3% и даже достигает стратегических ориентиров в 6% в некоторых из них. Туризм в разной степени важен для этих регионов как экономическая сфера. В части из них, доля туризма в экономике региона даже ниже средней по стране (2,7 %). Показатели регионов, занявших первые 10 мест ренкинга по абсолютному вкладу туризма в ВРП регионов, отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Ренкинг регионов РФ по абсолютному вкладу туризма в ВРП регионов

Место в ренкинге по объему туризма в ВРП	Регионы РФ	Доля туризма в ВРП	Абсолютный вклад туризма в ВРП в 2021 г
1.	г.Москва	3,6	954459,8
2.	г.Санкт-Петербург	4,3	239882,9
3.	Краснодарский край	7,1	210322,9
4.	Московская область	3,7	191608,1
5.	Тюменская область	3,4	106638,5
6.	Республика Татарстан	2,3	61 572,0
7.	Красноярский край	2	54 083,7
8.	Республика Крым	7,7	52 840,3
9.	Республика Дагестан	7	50 821,8
10.	Ставропольский край	6,1	47 976,8

Наряду с этим, особенное внимание с позиций управления устойчивым развитием привлекают регионы, дающие высокий вклад туризма в ВРП при общем низком уровне объема регионального продукта и проблемах в социально-экономическом развитии. На рисунке 1 отражен ренкинг регионов Российской Федерации в 2021 году по вкладу туризма в ВРП, в котором выделены регионы с низким уровнем ВРП.

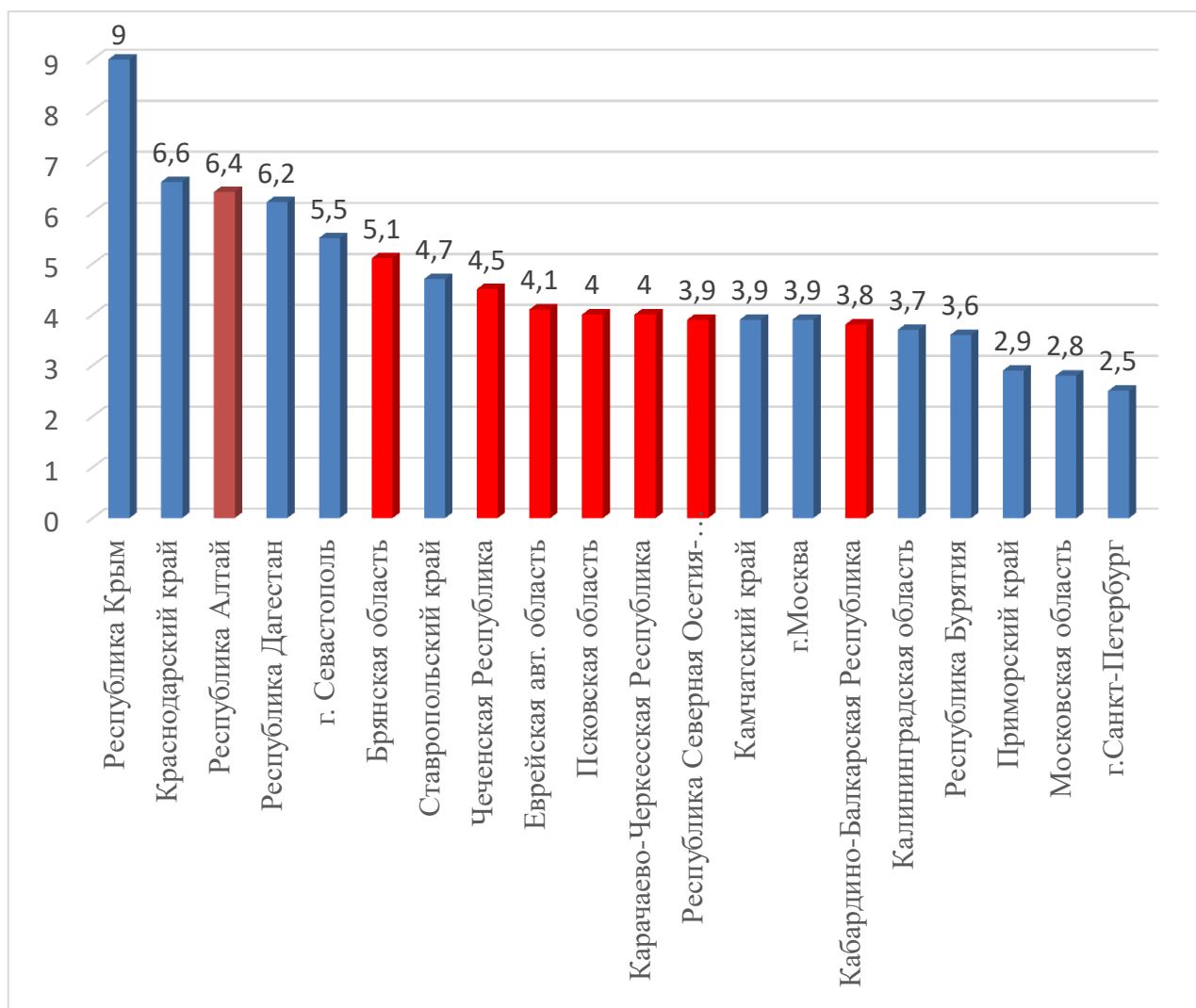


Рисунок 1 – Ренкинг регионов России по вкладу туризма в ВРП в 2021 г

Сравнение ренкингов таблицы 1 и рисунка 1 выявляют группу регионов, показывающих довольно высокий относительный уровень вклада в ВРП, но при этом в абсолютном выражении продукт, формируемый предприятиями сферы туризма относительно невелик. Выделенные туристские территории Республики Алтай, Брянской области, Еврейской авт. области, Псковской области, Карачаево-Черкесской республики, Республики Северная Осетия, Кабардино-Балкарской республики характеризуются низким уровнем экономического развития, низкой активностью и социальной обеспеченностью местного сообщества. При этом, эти регионы имеют богатые природные и/или культурные туристские ресурсы. Имеющиеся объемы туристских потоков уже дают высокий вклад туризма, но при правильной организации процессов он может быть более значимым и эффективным для местных сообществ. Все эти регионы испытывают весьма серьезные проблемы в своем социально-экономическом развитии. Для них характерны высокий уровень безработицы и относительно низкий уровень показателя «Валовый региональный продукт на душу населения». В регионах этой группы наблюдается высокий уровень

показателя «Удельный вес численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума». Также в этих регионах относительно низкий показатель «Численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на 10 000 человек населения». Для большинства из них высок показатель «Соотношение малых предприятий к количеству населения», но здесь это говорит не столько о предпринимательской активности, сколько о малом количестве крупных предприятий. Значения показателя «Инвестиции в гостиницы и рестораны» малы.

Развитие устойчивых туристских экосистем в этих регионах, способствующих преодолению выявленных институциональных барьеров является важной социально-экономической задачей в рамках достижения Национальных целей развития до 2030 г. Создание институциональной экосистемы (институций, организаций, институтов и их органов) туристских территорий как неотъемлемого компонента, определяющего функциональную и элементную специфику, требует преодоления несистемности формирования институциональной среды туризма, дискретности ее институционального пространства, повышения роли институтов государства и государственных механизмов контроля реализации устойчивого развития туризма.

Для экосистем с обозначенной высокой ролью туризма в социально-экономическом развитии ключевой является стратегический подход, обозначаемый стратегемой [5] – «Создание крупных инвестиционных проектов развития всесезонного туризма, поддержанных за счет внешних (федеральных и иностранных) инвестиций. Стимулирование развития образовательных кластеров.». На основе принятых стратегических целей формируются стратегические задачи, которые в дальнейшем будут решаться посредством принятия бюджетных решений и корпоративных стратегий и программ.

С учетом специфики регионов, мы предлагаем следующие типовые формулировки стратегических задач управления устойчивым развитием экосистем туристских территорий:

1) сетевая интеграция всех предприятий туристской индустрии и иных институтов экосистемы туризма для решения стратегических целей в области экономического роста, благоприятного социального воздействия туризма и способствования сохранению и приумножению качества окружающей среды;

2) создание информационно-образовательной среды туризма, в которую вовлечены как работники предприятий туристской сферы, так и местное сообщество напрямую не занятое в производстве туристского продукта для улучшения качества обслуживания туристов и повышения качества жизни населения;

3) создание специальных институтов и инструментов привлечения инвестиций и эффективного их освоения и контроля инвестиционных процессов. Активное вовлечение местного малого и среднего бизнеса в крупные инвестиционные проекты федерального уровня;

4) развитие межрегионального и международного взаимодействия в рамках национальной и глобальной экосистем туризма;

5) формирование цифрового образа и цифрового туристского пространства с использованием инструментов социальных сетей, профессиональных и потребительских цифровых сообществ;

6) развитие системы маркетинговых коммуникаций с использованием современных форм взаимодействия и применением ценностей устойчивого развития.

Применение методологии экосистемного подхода позволит комплексно решать стратегические задачи устойчивого развития, опираясь на положительные эффекты экосистемного подхода, повышать эффективность и осознанность использования туристских ресурсов, определять области компромиссных решений для роста уровня удовлетворенности туристов и местного сообщества, обеспечения общественного согласия, повышения эффективности экосистем туристских территорий и их устойчивого развития.

Библиографический список

1. Иншакова, Е. И. Формирование экосистемы цифровой экономики Российской Федерации: институциональный аспект // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2020. – Том 22. – № 4. – С. 5–17.
2. Клейнер, Г. Б. Экономика экосистем: шаг в будущее / Г. Б. Клейнер // Экономическое возрождение России. – 2019. – № 1 (59). – С. 40–45.
3. Рассохина, Т. В. Выявление пространственного неравенства устойчивого развития туризма в условиях глобальных и национальных вызовов // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции. – Елец, 2022. – С. 184–191.
4. Рассохина, Т. В. К вопросу о сущностном понимании туристских территорий / Т. В. Рассохина // Вестник РМАТ. – 2021. – № 3 – С. 127–132.
5. Рассохина, Т. В. Методология устойчивого развития туризма в управлении туристскими территориями : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: рекреация и туризм» : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Рассохина Татьяна Васильевна ; Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского. – Симферополь, 2021. – 400 с.
6. Рассохина, Т. В. Системная оптимизация функционирования корпоративных структур в туристской индустрии на основе ESG-трансформации / Т. В. Рассохина // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Том 16. – № 5 (102) – С. 30–38.
7. Рассохина, Т. В. Программы адаптации туристских территорий к процессам глобальных климатических трансформаций / Т. В. Рассохина, И. В. Рассохин, Г. А. Фролов // Глобальные тенденции и национальные особенности в области управления, экономики, торговли и бизнеса : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 20 апреля 2020 г. – Нижний Новгород : Профессиональная наука, 2020. – С. 13–20.
8. Третьякова, Е. А. Экосистемный подход в современных экономических исследованиях / Е. А. Третьякова, Е. Н. Фрейман // Вопросы управления. – 2022. – № 1. – С. 6–20.
9. Трофимов, Е. Н. Развитие этнографического туризма в России / Е. Н. Трофимов // Этносоциум и межнациональная культура. – 2015. – № 3 (81). – С. 9–17.
10. Халин, В. Г. Экономические экосистемы и их классификация / В. Г. Халин, Г. В. Чернова, С. А. Калайда // Управленческое консультирование. – 2021. – № 2. – С. 38–54.
11. Kuttubaeva, T. A. Applications of the concept of territorial marketing in forming and implementing competitive advantages for tourist areas / T. A. Kuttubaeva, L. V. Ishchuk, R. T. Adarina [et al] // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2017. – М. 8. – № 4 (20). – P. 713–726.
12. Levchenko, T. P. A project-based approach to ensuring the competitiveness of a region's tourism-recreation complex / T. P. Levchenko, E. V. Koryagina, T. V. Rassokhina [et al] // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2018. – V. 9. – № 8 (32). – P. 1707–1713.

УДК 338.48

Модели реализации механизмов устойчивого развития предприятий санаторно-курортного комплекса

Фролов Георгий Алексеевич

*помощник директора Санатория «Светлана»- сочинского филиала АО «ЦСТЭ» (холдинг),
аспирант ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма»
gfrolov@svetlana-sochi.ru*

Аннотация. В статье анализируется роль санаториев в реализации национальных целей устойчивого развития РФ в современных условиях трансформирующихся рынков. Показаны

ключевые тенденции современных условий для реализации бизнес-процессов санаториев. Сформулированы основные специальные параметры, которые должны быть заложены в Модель устойчивого развития санаториев в аспектах экономической эффективности, социальной ответственности, экологической стабильности.

Ключевые слова: санаторий, санаторно-курортный комплекс региона, устойчивое развитие, ESG, углеродный след, рациональное природопользование, модели снижения издержек предприятия

Models for the implementation of mechanisms for sustainable development of enterprises of the sanatorium and resort complex

Frolov Georgy

*assistant Director of the Sanatorium «Svetlana» - Sochi branch of JSC «CSTE» (holding),
postgraduate student of the «Russian International Academy for Tourism»
gfrolov@svetlana-sochi.ru*

Annotation. The article analyzes the role of sanatoriums in the implementation of the national sustainable development Goals of the Russian Federation in modern conditions of transforming markets. The key trends of modern conditions for the implementation of business processes of sanatoriums are shown. The main special parameters that should be incorporated into the Model of sustainable development of sanatoriums in the aspects of economic efficiency, social responsibility, environmental stability are formulated.

Keywords: sanatorium, sanatorium-resort complex of the region, sustainable development, ESG, carbon footprint, rational use of natural resources, cost reduction models of the enterprise

Предприятия санаторно-курортного комплекса функционируют как сложная система, сочетающая бизнес процессы медицинских организаций и коллективных средств размещения [1]. Санатории как организации, действующие в соответствии с лицензией на оказание медицинских услуг, обязаны обеспечивать специальные требования, связанные с безопасностью и качеством лечебной работы [4]. В сравнении с гостиничными предприятиями деятельность санаториев сложнее как бизнес с точки зрения устройства операционной деятельности, механики продвижения и продаж, уровня компетенций команды [5]. Более объемные затраты на фонд оплаты труда, содержание полноценного медицинского отделения, а также нередко больших территорий требуют более масштабных инвестиций при более длительных сроках окупаемости [2]. Предприятия санаторно-курортного комплекса часто расположены в сельской местности и формируют поселения для своих работников, в связи с чем имеют особые социальные отягощения [5,11].

По данным Росстата, доходы санаторно-курортных организаций России в 2022 году превзошли допандемийные показатели и составили более 195 млрд. рублей, что на 27% больше, чем за период 2019 года, а количество обслуженных гостей составило более 6,5 млн человек. Рост доходов санаторно-курортных организаций, по данным Росстата, по сравнению с 2021 годом составил 17%, тогда санатории заработали 166 млрд. рублей.

На рисунке 1 отражена динамика объема платных услуг, оказанных населению в санаторно-курортных организациях за последние 18 лет.

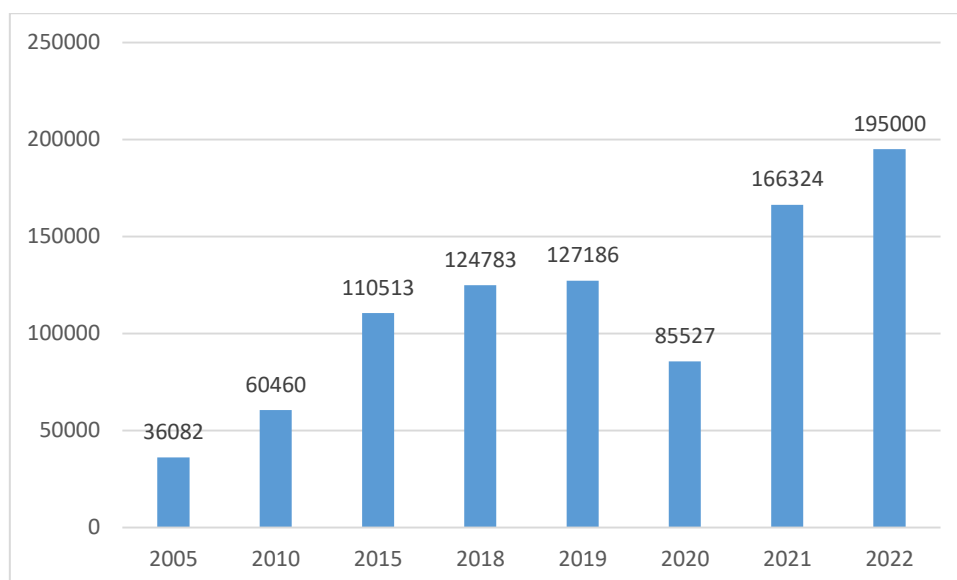


Рисунок 1 – Динамика платных услуг, оказанных населению в санаторно-курортных организациях, млн.руб.

В настоящее время, в условиях трансформации рынков, развития внутреннего туризма и повышения потребительского спроса на услуги санаторно-курортных предприятий начинается новый этап развития санаторно-курортного комплекса. В сферу приходят крупные инвесторы. Именно сейчас, в 2023 году предприятиям санаторно-курортного комплекса необходимо выработать новые модели реализации бизнес-процессов и основных функций.

Национальные цели устойчивого развития Российской Федерации до 2030 года, определяют вопросы здоровьесбережения населения, задачи обеспечения социальной стабильности и гарантий, решения проблем сохранения природных экосистем и ресурсов. Роль санаториев в достижении поставленных задач велика и будет возрастать. Повышение средней продолжительности жизни в условиях увеличения выявленных хронических заболеваний возможно только в условиях активной профилактики заболеваемости и применения актуальных методик курортной медицины [3].

М. С. Оборин [6] выделяет особенности направлений развития курортно-рекреационных территорий региона по следующим критериям: ресурсно-сырьевой, политический, инфраструктурный, экологический, туристско-рекреационный, социальный, экономический, инновационный. При этом экологический определяется как: «риск экологической катастрофы, загрязненность окружающей среды». Все эти критерии могут быть обоснованы факторами, относящимися к трем основным направлениям устойчивого развития и факторами институционального управления [8].

Для каждого предприятия, входящего в санаторно-курортный комплекс территорий, стоит задача внедрения моделей устойчивого развития предприятий, направленных на достижение экономической эффективности и доходности, социальной ответственности и экологической стабильности [10,14]. А если принять во внимание, что часть предприятий санаторно-курортного комплекса являются государственными, или входят в состав государственных корпораций, то их деятельность должна быть максимально ответственной.

В мире сложилась практика ESG трансформации бизнеса [9]. Ключевым ее посылом является то, что соблюдение принципов устойчивого развития, это не только социально-гуманитарная философская концепция, но и важный инструмент достижения целей предпринимательской деятельности. Сегодня в мире все большую популярность приобретает движение за охрану окружающей среды. Заботясь об экологическом равновесии, люди все чаще меняют свои привычки и предпочтения для улучшения своей жизни без ущерба окружающей среде [12]. Становится серьезным конкурентным преимуществом получение

экологической сертификации и «знаков» предприятиям, бережно относящимся к окружающей среде. В модель устойчивого развития и в ESG-политику санаториев должны быть заложены следующие специальные параметры:

В области экономического развития:

- Работа с разнообразными группами потребителей всех возрастов. В последние годы меняются демографические характеристики потребителей услуг санаториев. В целевую аудиторию массово начинают входить дети и взрослые в возрасте от 35 лет. Это требует новых продуктов и услуг, маркетинговых подходов.

- Привлечение разнообразных источников финансирования: частных, корпоративных, ведомственных, госбюджетных, социальных, страховых.

- Активное включение в экономические экосистемы территорий.

- Цифровизация бизнес-процессов.

- Использование возможностей «зеленых инвестиций».

В области социальной ответственности:

- Взаимодействие с системой здравоохранения по принятию совместных мер по профилактике хронических заболеваний и реабилитации.

- Активное участие в просвещении граждан по вопросам здорового образа жизни и здорового питания.

- Внедрение современных медицинских методик здоровьесбережения.

- Формирование рабочих мест и условий качественной среды в местах проживания персонала санаториев в сельской местности. Осознанное формирование принимающего местного сообщества. Работа с местными стейкхолдерами по вовлечению организаций культуры, образования физической культуры в решение задач санатория.

- Учет этнических особенностей территорий нахождения предприятий. Пропаганда локальной гастрономической культуры здорового питания. Разработка медицинских методик, основанных на традициях локальной народной медицины.

В области экологической ответственности и сохранения окружающей среды:

- Осознанное пользование ценными природными курортными ресурсами. Использование специальных инструментов для оценки эффективности пользования лечебными грязями, минеральными водами.

- Повышенное внимание к качеству воздуха в курортных территориях. Максимальный переход к использованию электротранспорта как на территориях санаториев, так и в городах курортного значения.

- Сбор и вторичная переработка отходов деятельности предприятия.

- Создание условий для повышения биоразнообразия животных и растений на территориях санаториев.

- Использование возобновляемой энергии.

Реализация моделей организации деятельности предприятий в соответствии с принципами устойчивого развития возможна только в условиях институционального регулирования и создания политики устойчивого развития санаторно-курортного предприятия. Реализация этой политики должна осуществляться в открытом режиме и регулярно освещаться в отчетах нефинансовой отчетности предприятия. На сайте каждого санатория должен появиться раздел «устойчивое развитие», или «ESG-политика». Персонал санатория и гости должны четко понимать и видеть работу санаторно-курортного предприятия по достижению Национальных целей устойчивого развития Российской Федерации и Глобальных целей устойчивого развития.

Библиографический список

1. Вилков, И. Н. Тенденции развития санаторно-курортного комплекса России / И. Н. Вилков // Московский экономический журнал. – 2020. – № 8. – С. 333–346.

2. Довгань, И. А. Методология совершенствования деятельности санаторно-курортной организации на основе критериев глобальной модели EFQM 2020: представление методики самооценки / И. А. Довгань, И. Т. Заика // Менеджер здравоохранения. – 2021. – № 8. – С. 21–30.

3. Преодоление последней пандемии новой коронавирусной инфекции: роль государства и гражданского общества : монография / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Г. А. Фролов [и др.] / под редакцией Т. Э. Петровой. – Москва : РУСАЙНС, 2021. – 132 с.
4. Журавлев, В. В. Формирование системы управления качеством санаторно-курортного продукта / В. В. Журавлев // Маркетинг. – 2018. – № 8. – С. 26–28.
5. Лимонов, В. И. Необходимость и нормативно-правовые механизмы реализации единой стратегии развития санаторно-курортного комплекса РФ / В. И. Лимонов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 9–3. – С. 429–433.
6. Оборин, М. С. Технологии повышения экономической безопасности курортных территорий / М. С. Оборин // Вестник НГИЭИ. – 2021. – № 10 (125). – С. 93–104.
7. Рассохина, Т. В. К вопросу о сущностном понимании туристских территорий / Т. В. Рассохина // Вестник РМАТ. – 2021. – № 3 – С. 127–132.
8. Рассохина, Т. В. Методология устойчивого развития туризма в управлении туристскими территориями : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: рекреация и туризм» : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Рассохина Татьяна Васильевна ; Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского. – Симферополь, 2021. – 400 с.
9. Рассохина, Т. В. Системная оптимизация функционирования корпоративных структур в туристской индустрии на основе ESG-трансформации / Т. В. Рассохина // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Том 16. – № 5 (102). – С. 30–38.
10. Рассохина, Т. В. Программы адаптации туристских территорий к процессам глобальных климатических трансформаций / Т. В. Рассохина, И. В. Рассохин, Г. А. Фролов // Глобальные тенденции и национальные особенности в области управления, экономики, торговли и бизнеса : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 20 апреля 2020 г. – Нижний Новгород : Профессиональная наука, 2020. – С.13–20.
11. Реализация проектов по улучшению с использованием методов бережливого производства в медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь : Методические рекомендации : [утверждены Министерством здравоохранения Российской Федерации]. – Москва, 2019. – 68 с. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561183959> (дата обращения: 03.04.2023).
12. Kuttubaeva, T. A. Applications of the concept of territorial marketing in forming and implementing competitive advantages for tourist areas / T. A. Kuttubaeva, L. V. Ishchuk, R. T. Adarina [et al] // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2017. – М. 8. – № 4 (20). – P. 713–726.
13. Levchenko, T. P. A project-based approach to ensuring the competitiveness of a region's tourism-recreation complex / T. P. Levchenko, E. V. Koryagina, T. V. Rassokhina [et al] // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2018. – V. 9. – № 8 (32). – P. 1707–1713.
14. Rassokhina, T. ESG transformation of business processes in the hospitality industry company in the Russian Federation / T. Rassokhina, A. Baltser, G. Frolov // Proceedings of the International University Scientific Forum «Practice Oriented Science: UAE – RUSSIA – INDIA». December 30, 2022. – UAE, 2022. – P. 14–20.

УДК 338.48

Алгоритм внедрения сетевых механизмов организации в деятельность санаторно-курортных предприятий

Бальцер Анна Александровна

*генеральный директор Дома отдыха «Руза» (Парк-отель Актер Руза), преподаватель
Российской международной академии туризма, Россия, г. Москва
anna-balcer@mail.ru*

Аннотация. Одним из главных условий преобразования работы систем управления санаторно-курортных организаций является обеспечение развития инновационной

деятельности в сфере туризма и курортного дела, направленного на оказание медицинских, лечебных и оздоровительных услуг. В статье разработан алгоритм внедрения сетевых механизмов в деятельность предприятий санаторно-курортного комплекса, дана характеристика основных показателей развития сферы санаторно-курортного комплекса в Российской Федерации, выявлены факторы, оказывающие влияние интерес владельцев и инвесторов.

Ключевые слова: сетевая модель организации, экономический механизм, санаторно-курортный комплекс, санаторий

Algorithm for introducing network mechanisms of organization in the activities of health resort companies

Balzer Anna

*general director of Doma otdyha «Ruza» (Park-hotel Akter Ruza), teacher of the Russian International Academy of Tourism, Russia, Moscow
anna-balcer@mail.ru*

Annotation. One of the main conditions for the transformation of the management systems of sanatorium-resort organizations is to ensure the development of innovative activities in the field of tourism and resort business aimed at providing medical, therapeutic and wellness services. The article develops an algorithm for the introduction of network mechanisms into the activities of sanatorium-resort complex enterprises, characterizes the main indicators of the development of the sanatorium-resort complex in the Russian Federation, identifies factors influencing the interest of owners and investors.

Keywords: network model of the organization, economic mechanism, sanatorium-resort complex, sanatorium

Введение. По итогам 2022 года в Российской Федерации осуществляют свою деятельность 1700 санаториев и санаториев-профилакториев, направленных на лечение и оздоровление граждан страны [2]. Организациями санаторно-курортного комплекса за 2022 год было принято 6,9 млн. россиян, однако имеющиеся мощности отрасли позволяют обслуживать 10 млн. человек в год [2]. В 2022 году санаторно-курортная отрасль на 3% улучшила экономические показатели допандемийного 2019 года и экономика отрасли полностью восстановилась после воздействия ограничений, введенных из-за развития коронавирусной инфекции COVID-19 в условиях от полной остановки деятельности организаций санаторно-курортного комплекса в 2020 году и до частичных ограничений 2021 года [2].

Современный этап развития санаторно-курортного комплекса связан с разработкой и реализацией единой государственной стратегии его развития, охватывающей все направления: развитие курортов как территорий, эффективное использование природных лечебных ресурсов, развитие лечебной базы, продвижение и создание комфортных условий для отдыхающих.

Анализ деятельности санаториев, имеющих различные формы собственности наглядно демонстрирует существенную разницу в их материально-техническом состоянии, оснащенности, организации лечебного процесса и эффективности управления. [7] Наилучшие показатели, соответствующие международным стандартам, показывают предприятия негосударственного сектора [8]. Работа инвесторов и владельцев этих предприятий строится на основе современных экономических и управленческих механизмах. Ключевым трендом развития санаторно-курортного комплекса страны, в последние годы, становится внедрение сетевых моделей организации бизнеса санаториев. Сети формируют как непрофильные владельцы (РЖД, Росатом и др.), так и управляющие компании сферы гостеприимства.

Организации санаторно-курортного комплекса Российской Федерации решают важнейшие задачи по сохранению здоровья россиян, между тем эксплуатация санатория — сложный и ресурсоемкий бизнес, в котором присутствуют организационные трудности, решить которые без преобразования работы систем управления санаторно-курортных организаций модернизации или внедрения инновационных экономических механизмов, по сути невозможно.

Основная часть. К управленческим инновациям, направленным на изменение систем управления санаторно-курортных организаций, следует отнести спектр различных ИТ-технологий, призванных для улучшения организации процессов управления на базе внедрения инноваций по разработке управляющего воздействия на текущую работу организации с целью возникновения качественных изменений в ее деятельности [4]. Инновационные системы предприятий санаторно-курортного комплекса базируются на организационно-экономических механизмах, представляющих совокупности различных элементов системы, которые находятся во взаимосвязях между собой и тем самым образуют определенную целостность в виде воспроизводства инновационных процессов.

По нашему мнению, к внедрению инновационных экономических механизмов на основе определенного алгоритма в деятельность предприятий санаторно-курортного комплекса целесообразно применять первый подход, но из второго подхода необходимо взять аспекты, связанные со сферой интересов заинтересованных сторон в лице владельцев и инвесторов.

Представим разработанный автором статьи алгоритм внедрения инновационных экономических механизмов в деятельность предприятий санаторно-курортного комплекса:

Шаг 1. Анализ и выбор с целью оказания государственной поддержки органами управления организаций санаторно-курортного комплекса (центрами принятия решений или управляющими элементами) с позиций заинтересованных сторон (владельцев и инвесторов объектов санаторно-курортного комплекса) федеральных, региональных и муниципальных программ развития туризма и курортного дела, направленных на поддержку инновационного развития предприятий санаторно-курортного комплекса на уровне страны, республики, региона, края, города с целью формирования приоритетов в инновационном развитии для повышения экономического развития своих организаций.

Шаг 2. Использование органами управления организаций санаторно-курортного комплекса (центрами принятия решений или управляющими элементами) с позиций заинтересованных сторон (владельцев и инвесторов объектов санаторно-курортного комплекса) социально-экономических, правовых, административных мер, методов и приемов управления инновационной деятельностью с целью достижения экономического роста санаторно-курортной организаций на инновационной основе. Данные социально-экономические, правовые, административные меры, методы и приемы управления инновационной деятельностью должны быть подкреплены: современными методами ценообразования на предоставляемые санаторно-курортные услуги; созданием и исполнением стандартов оказания санаторно-курортных услуг; минимизацией затратной части на ресурсопотребление; повышением заинтересованности персонала организаций санаторно-курортного комплекса по достижению запланированного результата экономической деятельности; повышением информированности персонала предприятий санаторно-курортного комплекса об инновационных способах и методах оздоровления; повышением информированности персонала предприятий о перспективных планах развития организаций санаторно-курортной сферы; созданием новых видов деятельности, способствующих модернизации материальной и технической базы организаций санаторно-курортного комплекса; разработкой и внедрением экономических механизмов, направленных на поощрение персонала предприятий санаторно-курортного комплекса; разработкой и внедрением фискальных мер при несоблюдении установленных стандартов, технологий оздоровления и методов лечения персоналом предприятий санаторно-курортного комплекса; соблюдением баланса интересов при коммунальном обслуживании и при оптимизации тарифов на транспортные перевозки.

Шаг 3. Учет органами управления организаций санаторно-курортного комплекса (центрами принятия решений или управляющими элементами) с позиций заинтересованных сторон (владельцев и инвесторов объектов санаторно-курортного комплекса) детерминант инновационной деятельности в соответствии с формами собственности предприятий санаторно-курортного комплекса.

Шаг 4. Воплощение планов стратегического развития органами управления организаций санаторно-курортного комплекса (центрами принятия решений или управляющими элементами) с позиций заинтересованных сторон (владельцев и инвесторов объектов санаторно-курортного комплекса) через исполнение определенных действий и контрольно-учетных мероприятий, направленных на достижение экономического развития организаций санаторно-курортного комплекса на инновационной основе. Данные определенные действия и контрольно-учетные мероприятия ведения инновационной деятельностью должны быть подкреплены: оптимизацией труда персонала предприятий санаторно-курортного комплекса и запланированных мероприятий по реализации медицинских, лечебных и оздоровительных услуг для удовлетворения нужд клиентов; оснащением предприятий санаторно-курортного комплекса необходимым оборудованием и модернизацией, и обновлением номерного фонда; созданием и внедрением инноваций в деятельность организаций санаторно-курортного комплекса на базе рекреационных ресурсов; достижением запланированных экономических показателей по объемам оказания санаторно-курортных услуг и объемам поступления валовой выручки за оказанные санаторно-курортные услуги; достижением запланированных экономических показателей по ресурсным затратам и т.п.

Шаг 5. Учет и эффективное использование органами управления организаций санаторно-курортного комплекса (центрами принятия решений или управляющими элементами) с позиций заинтересованных сторон (владельцев и инвесторов объектов санаторно-курортного комплекса) через исполнение определенных действий и контрольно-учетных мероприятий, направленных на достижение экономического развития организаций санаторно-курортного комплекса - инновационных ресурсов, которые включают в себя: высокотехнологическое оборудование предприятий санаторно-курортного комплекса; высококвалифицированный персонал организации, способный генерировать инновационные идеи во внутренней среде; готовность и креативность систем маркетинга предприятий санаторно-курортного комплекса; рекреационные ресурсы и наличие научно-технических разработок, оказывающих воздействие на кардинальное улучшение медицинских, лечебных и оздоровительных услуг для удовлетворения нужд клиентов.

Выводы. При выполнении данных мероприятий, следует понимать, что объем финансирования инновационной деятельности напрямую зависит от финансово-экономического состояния предприятий санаторно-курортного комплекса и здесь (в условиях нехватки ресурсов) возрастает фактор взаимодействия центров принятия решений и заинтересованных сторон-непрофильных владельцев.

При выполнении данных мероприятий, следует понимать, что способности центров принятия решений эффективно и с минимальными затратами ресурсов осуществлять инновации, направленные на повышение экономического развития своих организаций напрямую связаны с наличием рекреационных ресурсов, которые выступают в качестве неотъемлемой составляющей медицинских, лечебных и оздоровительных услуг предприятий санаторно-курортного комплекса и делятся на группы.

Это рекреационные ресурсы, которые предназначены для оказания специфических оздоровительных услуг и представлены: минеральными водами и гязями (лечебными), климатическими условиями, ландшафтом, водоемами, флорой и фауной, объектами культуры познавательного и эстетического значения.

Это рекреационные ресурсы, представленные природными условиями, которые влияют на процессы отдыха: лесопарковые зоны отдыха, ландшафт и климат территории, география расположения предприятий санаторно-курортного комплекса.

Это рекреационные ресурсы, представленные объектами строительства и инфраструктурой санаторно-курортной сферы – инженерные и транспортные коммуникации и т.д.

Заключение. В конечном итоге перспективность внедрения инновационных экономических механизмов, в частности сетевых методов организации, в деятельность предприятий санаторно-курортного комплекса определяет уровень использования рекреационных ресурсов, выступающих с одной стороны в качестве материальной базы организаций, а с другой стороны способствующих развитию инженерной и транспортной инфраструктуры, структуры спроса на медицинские, лечебные и оздоровительные услуги и способствующих развитию экономической эффективности, а также наличие и использование на предприятии высококвалифицированного персонала, который способен генерировать улучшающие базовые инновации. Учет органами управления организаций санаторно-курортного комплекса с позиций заинтересованных сторон (владельцев и инвесторов объектов санаторно-курортного комплекса) детерминант инновационной деятельности в соответствии с формами собственности предприятий санаторно-курортного комплекса и государственными программами развития туризма и курортного дела выступит неоспоримым конкурентным преимуществом в экономическом развитии организаций.

Библиографический список

1. Бычкова, А. Н. Экономический механизм: определение, классификация и применение / А. Н. Бычкова // Омский государственный университет путей сообщения. – 2010. – № 7. – С. 37–43.
2. Восстановительный процесс: мировой опыт не подходит российским здравницам / Газета «Известия» : [сайт]. – URL: <https://iz.ru/1405449/dmitrii-alekseev/vosstanovitelnyi-protcess-mirovoi-opyt-ne-podkhodit-rossiiskim-zdravnitsam> (дата обращения: 04.04.2023).
3. Измалков, С. Теория экономических механизмов / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2018. – № 1. – С. 4–26.
4. Кощев, С. В. Механизм управления инновационной деятельностью организации санаторно-курортного комплекса / С. В. Кощев // Транспортное дело России. – 2010. – № 9. – С. 41–44. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-upravleniya-innovatsionnoy-deyatelnostyu-organizatsii-sanatorno-kurortnogo-kompleksa/viewer> (дата обращения: 04.04.2023).
5. Кульман, А. Экономические механизмы / А. Кульман. – Москва : Издат. группа «Прогресс», 1993. – 192 с.
6. Покупка санатория как инвест-проект: подводные камни и нюансы // Санаториум : [сайт]. – URL: <https://sanatorium-is.ru/pokupka-sanatoriya-kak-invest-proekt-podvodnye-kamni-i-nyuansy/> (дата обращения: 04.04.2023).
7. Рассохина, Т. В. Направления формирования системы управления устойчивым развитием курортно-рекреационного кластера / Т. В. Рассохина, А. С. Соколов // Современная наука и инновации. – 2013. – № 2. – С. 7–11.
8. Социально ответственное управление развитием санаторно-курортного комплекса Республики Крым : монография / С. Ю. Цёхла, Н. А. Симченко, Е. А. Полищук, И. Н. Подсмашная. – Симферополь : Ариал, 2017. – 264 с.

5 Организация туристско-рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях

УДК: 502.4 (332.1)

Методические подходы к типологизации особо охраняемых природных территорий с позиции их вовлеченности в муниципальное развитие

Мельникова Татьяна Борисовна

*Доцент кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса, кандидат экономических наук, ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Севастопольский филиал,
г. Севастополь
nauka_sevrea@mail.ru*

Аннотация. Экологический туризм становится все более популярным, превращая особо охраняемые природные территории в объект территориального развития. В статье приводится авторский подход к типологизации особо охраняемых природных территорий исходя из их доступности и привлекательности для гостей и местных жителей. В основе разбиения ООПТ лежат пространственные и административные данные, результаты анкетирования.

Ключевые слова: особо охраняемые природные территории, муниципалитет, турист, местный житель

Methodological approaches to the specially protected natural areas typology from the position of their involvement in municipal development

Melnikova Tatiana

*Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of the Department for Management, Tourism and Hospitality, Plekhanov Russian University of Economics, Sevastopol Branch, Sevastopol
nauka_sevrea@mail.ru*

Annotation. Ecological tourism is becoming more and more popular, turning specially protected natural areas into an object of territorial development. The article presents the author's approach to the typology of specially protected natural areas based on their accessibility and attractiveness for guests and local residents. The division of protected areas is based on spatial and administrative data and the results of a survey.

Keywords: specially protected natural areas, municipality, tourist, local resident

Особо охраняемые природные территории (далее – ООПТ) выполняют целый ряд функций, в том числе научную, экологическую, рекреационную. Как объект управления ООПТ бывают федерального, регионального и местного значения, а исходя из особенностей природных характеристик – законодательно закрепляются категории. Более широкий взгляд приводит к изучению ООПТ как объекта территориального развития. В этой связи законодательно закреплённые подходы к классификации ООПТ расширяются за счет научных и аналитических видений.

Во-первых, создаются методики оценки рекреационного потенциала ООПТ. Широко применяется для этого метод балльных оценок. В качестве критериев применяются первичные (природные), вторичные (социокультурные) и лимитирующие (опасные проявления флоры и фауны) [1]. В качестве групп показателей используются следующие: природная привлекательность и культурно-познавательная ценность, транспортная и инфраструктурная доступность, экологические риски [2]. Транспортная доступность измеряется удаленностью ООПТ от города (преимущественно, столицы субъекта Российской Федерации).

Во-вторых, вырабатываются типы ООПТ для изучения целевой аудитории и формирования ценностного предложения. В рамках данного подхода аналитики предлагают разбивать ООПТ исходя из преобладания объектов природного либо исторического наследия (или их отсутствия), а также населенности окружающей территории. Вторым параметром дает представление о величине и характере целевой аудитории [3]. В результате различают, например, такие типы ООПТ как «историческая в городе» или «природная вне города». Такой подход приближает к рассмотрению ООПТ с позиции регионального или муниципального развития.

Нами предлагается набор показателей для типологизации ООПТ в целях муниципального развития (таблица 1).

Таблица 1 – Набор показателей для типологизации ООПТ в целях муниципального развития

Наименование показателя	Описание	Источник данных
Емкость средств размещения в пешей доступности в расчете на 1 га ООПТ	Количество койко-мест в средствах размещения всех типов, включая аренду апартаментов и квартир, на удалении 20 минут пешей ходьбы по периметру ООПТ в расчете на площадь ООПТ	Яндекс. Карты Сайты бронирования отелей и апартаментов
Доступность культурно-досуговых сочетаний	Расстояние от ООПТ до ближайшего культурно-досугового объекта	Яндекс. Карты
Территориальная значимость ООПТ	Доля площади ООПТ в площади муниципального образования	Расчет на основе данных Росстат и профильных органов государственной власти федерального и регионального уровней
Рейтинг ООПТ среди гостей	Результаты опроса гостей муниципального образования, на территории которого расположены ООПТ, в части посещения ООПТ	Анкетирование гостей
Рейтинг ООПТ среди местных жителей	Результаты опроса местных жителей муниципального образования, на территории которого расположены ООПТ, в части посещения ООПТ	Анкетирование местных жителей

*Разработано автором

1. Емкость средств размещения в пешей доступности. Пребывание на ООПТ занимает достаточно долгий период времени, поэтому проживание посетителей ООПТ наиболее удобно либо на самой ООПТ, либо в непосредственной близости. Нами выбран критерий 20 минутной пешей доступности по периметру ООПТ. На текущий момент статистика по средствам размещения на территории муниципальных образований достаточно ограничена, поэтому нами предлагается ее расширить за счет обобщения данных о одновременной емкости мест проживания и их пространственной привязки.

2. Доступность культурно-досуговых сочетаний. Севастопольским филиалом РЭУ им. Г.В. Плеханова на постоянной основе проводится анкетирование гостей города. В частности, в одном из последних опросов (июль 2020 года) 21% опрошенных высказался о том, что ими был совершен поход в горы. Кроме гор, за время своего отдыха они также посещали музеи, монастыри и театры, совершали прогулку на катере. Одним из определяющих факторов

выступает пространственная близость ООПТ, объектов посещения и мест проживания. Именно поэтому считаем важным оценить расстояние между ООПТ и ключевыми объектами туристского притяжения.

3. Территориальная значимость ООПТ. Туризм на ООПТ требует территориальный простор для прогулок и наблюдения за природой, что связано с оценкой потенциального единовременного количества посетителей. Кроме того, процент территории муниципального образования, который покрыт ООПТ влияет и на структуру экономики данного муниципалитета. Поэтому понимание того, какую долю занимает ООПТ в масштабах муниципалитета, позволит оценить возможности по количеству гостей и развитию определенных отраслей экономики. В таблице 2 представлен сравнительный анализ доли территории муниципальных образований (далее – МО), занятой ООПТ (субъектов Российской Федерации, на территории которых расположены филиалы РЭУ им. Г.В. Плеханова). Например, для Смоленской, Волгоградской областей и Пермского края характерно более сбалансированное покрытие территории муниципалитетов ООПТ. В то же время в Ивановской области у 78%, а в Оренбургской области у 83% муниципалитетов доля территории, занятой ООПТ не превышает 5%.

Таблица 2 – Доля МО по соответствующему проценту территории МО, занятому ООПТ

	Процент территории МО, занятый ООПТ						
	0%	0,1%- 5,0%	5,1%- 10,0%	10,1%- 15,0%	15,1%- 20,0%	20,1%- 30,0%	Свыше 30,1%
МО Брянской области	16%	52%	10%	10%	6%	6%	0%
МО Воронежской области	3%	65%	15%	12%	6%	0%	0%
МО Ивановской области	4%	78%	15%	4%	0%	0%	0%
МО Смоленской области	19%	41%	15%	7%	4%	11%	4%
МО Тульской области	31%	69%	0%	0%	0%	0%	0%
МО Волгоградской области	24%	42%	8%	3%	5%	13%	5%
МО Краснодарского края	9%	48%	16%	7%	5%	5%	11%
МО Ставропольского края	21%	61%	3%	3%	6%	0%	6%
МО Пермского края	5%	41%	16%	23%	5%	7%	5%
МО Оренбургской области	7%	83%	0%	5%	5%	0%	0%
МО города Севастополя	20%	60%	0%	0%	0%	10%	10%

*Составлено автором по данным профильных органов государственной власти федерального и регионального уровней

4. Рейтинг ООПТ среди гостей и местных жителей. Считается, что результаты анкетирования несут в себе значительную субъективную составляющую. Однако, опросы гостей города Севастополя позволяют получать данные, которые на данный момент не могут быть покрыты официальной статистикой, а именно: доля семей с детьми среди гостей, средние расходы туриста и экскурсанта (отдельно), структура транспорта прибытия, доля гостей, проживающих у родственников и друзей, наиболее частые культурно-досуговые сочетания. Рейтинг ООПТ строится на ответах на вопрос «Какие ООПТ муниципального образования Вы посещали?» (с закрытым списком ООПТ). Важность рейтинга ООПТ среди местных жителей определяется тем, что большинство региональных и местных ООПТ ориентированы на население, проживающего в ближайшем окружении.

Благодарность: Работа выполнена при финансовой поддержке ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

Библиографический список

1. Оборин, М. С. Качественная оценка туристско-рекреационного потенциала особо охраняемых природных территорий (на примере Пермского края) / М. С. Оборин, Т. П. Девяткова, Г. А. Воронов // Вестник Удмуртского университета. Серия «Биология. Науки о Земле». – 2011. – № 2. – С. 36–43.

2. Зиганшин, И. И. Методика комплексной оценки рекреационного потенциала особо охраняемых природных территорий / И. И. Зиганшин, Д. В. Иванов // Российский журнал прикладной экологии. – 2017. – № 2. – С. 52–56.

3. Руководство по социокультурному программированию ООПТ / Агентство стратегических инициатив. – 2019. – 232 с. – URL: – <https://turizmrn.ru/guidance-on-socio-cultural-programming-of-national-parks.pdf> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 911.7

Проектирование туристских троп в ООПТ

Беркимбаев Темирлан Булатович

магистр, докторант, Казахский Национальный университет им. аль-Фараби,

г. Алматы, Казахстан

berkimbaev.t@gmail.com

Дунец Александр Николаевич

доцент, доктор географических наук, Алтайский государственный университет,

г. Барнаул, Россия

dunets@mail.ru

Аннотация. Создание туристских троп имеет большое значение для обеспечения устойчивого развития особо охраняемых природных территорий. Они позволяют развивать регулируемый туризм и в то же время сохранять природу территории. Важнейшим этапом при проектировании троп является изучение природных особенностей местности. Собраны факты о природных особенностях территорий, необходимые для организации эколого-просветительской инфраструктуры на тропе. Проведен сравнительный анализ опыта создания туристских троп в особо охраняемых территориях Алматинской области и Алтайского края.

Ключевые слова: проектирование туристских троп экологический туризм, особо охраняемые природные территории (ООПТ), туристские тропы, экотропа, Иле-Алатау.

Designing tourist trails in specially protected natural areas

Berkimbaev Temirlan

master, doctoral student, Kazakh National University. al-Farabi, Almaty, Kazakhstan

berkimbaev.t@gmail.com

Dunets Alexandr

Associate Professor, Doctor of Geography, Altai State University, Barnaul, Russia

dunets@mail.ru

Annotation. The creation of tourist trails is of great importance for ensuring the sustainable development of specially protected natural areas. They allow the development of regulated tourism and at the same time preserve the nature of the territory. The most important stage in the design of trails is the study of the natural features of the area. Collected facts about the natural features of the territories necessary for the organization of environmental and educational infrastructure on the trail. A comparative analysis of the experience of creating tourist trails in specially protected areas of the Almaty region and Altai Territory was carried out.

Keywords: designing tourist trails, eco-tourism, specially protected natural areas (SPNA), tourist trails, eco-trail, Ile-Alatau.

Проектирование и обустройство туристских троп играет ключевую роль в сбалансированном развитии особо охраняемых территорий и возникновения интереса со стороны туриста для познания природных территорий, главных природных объектов, достопримечательностей. В совокупности это дает возможность развитию устойчивого

туризма на территории и найти баланс между активным отдыхом и минимальным воздействием на природу. Основная задача при проектировании троп – создать впечатление у посетителей, что маршрут и движение по тропе организованы естественными причинами, то есть сама особо охраняемая территория формирует маршрут и характер тропы. Также важным аспектом при проектировании троп является, соединения различных объектов инфраструктуры располагающихся на территории, это могут быть визит-центры, средства размещения, пункты питания и др. Тропы на ООПТ, могут иметь различную направленность и предназначение, к примеру как посещение с познавательными целями, так и с рекреационными, одновременно обеспечивая надежное и безопасное передвижения туристов по территории.

Вопросы проектирования туристских троп их основные этапы отражены в работах [1, 2, 3, 4]. Изучение природных особенностей территории является неотъемлемым этапом проектирования экотроп [1]. Это важно как для проектирования полотна тропы, так и для сбора интересных фактов о природных особенностях территории для последующего информационного оснащения тропы.

Существуют различные подходы и принципы к проектированию троп в ООПТ. В данной статье рассмотрим наиболее усовершенствованные принципы эффективного проектирования экологических троп на ООПТ. Состоят они из нескольких аспектов:

- передвижение по тропе должно быть безопасным для всех категорий посетителей, для прохождения которыми она предназначена.

- тропа должна вести к основным достопримечательностям ООПТ (или тянуться вдоль них) или к значимым объектам инфраструктуры.

- в зависимости от особенностей рельефа местности и типа троп по обустроенности, тропы рекомендуется прокладывать и обустраивать с возможностью проложить по ним различные маршруты для максимального числа категорий пользователей - для активной рекреации (треккинг, хайкинг), передвижения экскурсионных групп, лыжных маршрутов, пеших и конных прогулок, велосипедного движения, а также передвижения людей с ограниченными возможностями.

- при проектировании троп и в функциональном программировании территории необходимо учитывать снижение антропогенной и иной нагрузки на тропы.

- необходимо учитывать взаимодействие различных категорий туристов эксплуатирующих тропу.

- тропа должна использовать топографические (ландшафтные) преимущества территории.

- путь по тропе должен способствовать полному визуальному восприятию особенностей территории. При ее продвижении у посетителей должна быть возможность насладиться разными типами видов (панорамный, «частичный», «рамочный» виды).

- необходимо варьировать ширину тропы, если на пути встречаются естественные преграды, учитывая задачу обеспечить максимальный уровень комфорта для посетителей.

- следует обращать внимание на то, насколько близко посетители могут подходить к отдельным природным объектам - с учетом того, как это повлияет на сам объект и восприятие его посетителями.

Переходя к рассмотрению к опыту проектирования туристских троп на особо охраняемых территориях Республики Казахстан, практика показывает, что несмотря на свое начальное развитие экологического туризма, уже используют на практике подходы, которые были перечислены выше. Особо охраняемые природные территории страны имеют большое значение в сохранении биологического и ландшафтного разнообразия, так как охватывают наиболее ценные участки первозданной природы с набором уникальных типов ландшафтов, редких видов растений и животных и площадь которых занимает 8,2% территории страны, куда входят заповедники, национальные парки и другие виды охраняемых территорий, при этом общепризнанный мировой стандарт составляет не менее 10 - 12%.

Основной концентрацией туристских троп, сети природных маршрутов сконцентрировано в национальных парках. Одним из передовых и ярких примеров является Иле-Алатауский национальный парк, расположенный в Алматинской области. Еще несколько лет назад данный национальный парк взял за основу вектор развития экологического туризма на основе зарубежного опыта применимый к развитию территории, природных достопримечательностей, объектов инфраструктуры. В Иле-Алатауском национальном парке официально насчитываются 43 туристских троп и маршрутов (рисунок 1). Большая часть из них проходит в горной местности, поэтому проектирование туристских троп имеет свои особенности с точки зрения ландшафтного проектирования, природно-климатических условий, информационного оснащения и др.



Рисунок 1 – Карта по развитию туристских троп в Большом Алматинском ущелье

Один из первых проектов, который положил начало современного подхода к проектированию и обустройству туристских троп в национальном парке Иле-Алатау, это проект в рамках разработанного мастер плана, где планируется задействовать в обустройстве 35 га территории, создание новых пеших троп длиной в 155 км, с прилегающим к ним 7 визит-центров 5 ущельях [6].

В качестве примера реализованного проекта, является проект по обустройству ущелья «Аю-сай», где созданы сеть туристских троп в близ построенного нового визит-центра. Главным природным ресурсом данной территории являются водопады «Аю-сай», три водопада расположены на небольшом расстоянии друг от друга, за счет чего их можно посетить всего за один день. Разнообразие растительного мира, технически оснащенная тропа, ведущая к водопадам, привлекает большое количество туристов и дарит немало положительных эмоций и впечатлений. Также одна из созданных экотроп, тропа «Мың Көз», которая была спроектирована при поэтапном обустройстве данной территории. При создании тропы учитывались такие факторы как, рельеф территории, расположение и близость тропы к достопримечательностям природы, объектам инфраструктуры, визуальное восприятие, интересы туристов разного типа и т.п. В результате создание тропы происходила в несколько этапов: общее и ландшафтное проектирование, маркировка туристского маршрута, благоустройство и создание дополнительных природных объектов привлекательности. Тропа начинается от визит-центра «Аюсай», который служит воротами в национальный парк «Иле-Алатау». Она была создана в прошлом году для пеших туристов, посещающих национальный парк в течение круглого года. С появлением новых туристских троп на данной территории и открытие визит центра повлияла на увеличения посещения до 2000 туристов в месяц.

Необходимо отметить, что работы по обустройству туристских маршрутов и троп в Иле-Алатауском национальном парке постоянно продолжаются и имеют немаловажное

значение в сохранении природной среды при постоянном увеличении числа посетителей парка, позволяя увеличивать рекреационную емкость территории.

Рассматривая опыт проектирования туристских троп Алтайского края, автором были изучены территории и тропы природного парка «Ая» в долине реки «Катунь», где сосредоточены уникальные природные ресурсы, в числе которых живописные ландшафты предгорий с лесными массивами в сочетании с культурно-историческими объектами. Наиболее привлекательный объект природного парка – озеро Ая, являющееся жемчужиной низкогорного Алтая.

На основе изучения местности, была выяснено, что окрестности озера Ая выполняют ключевые рекреационные функции в туристской деятельности парка. Лёгкая транспортная доступность и рекреационная инфраструктура способствуют массовому посещению озера. Летом озеро в основном используется для пляжного отдыха, катания на лодках, водных велосипедах, водных лыжах и т.д. В настоящее время нерегулируемая антропогенная нагрузка на озеро и другие факторы способствуют деградации водоема и его окрестностей. Поэтому строительство экотропы имеет особое значение, т.к. позволит повысить рекреационную емкость территории вблизи озера за счет ее благоустройства.

Одной из существенных особенностей растительности окрестностей озера является большое разнообразие лекарственных растений. По ходу будущей экотропы ареал лекарственных растений встречается в западной части побережья, где произрастают дягиль избегающий, вех ядовитый, болиголов, борщевик, купена лекарственная, клопогон простой, аконит, чемерица белая, сныть обыкновенная, водосбор сибирский [5].

Ландшафты изучаемой территории будущей экотропы в южной части побережья озера Ая горно-долинные с террасовым типом местности (надпойменная 40-метровая песчаногалечниково-валунная терраса р. Катунь) [5].

Окрестности озера Ая приурочены к северной среднегорной части Алтайской горной системы [5]. Маршрут тропы проходит вдоль прибрежной зоны озера, которая в южной части представлена 40-метровой террасой р. Катунь, в юго-западной и западной частях имеются крутые денудационные склоны и эрозионные поверхности выравнивания. По ходу тропы берега озера высокие, что естественным образом ограничивает доступ к озеру. Это позволяет минимизировать площадные воздействия посетителей, сконцентрировав их только на тропе и благоустроенных площадках (видовых точках). Продольные перепады высот по ходу тропы небольшие, участки подъема плавно чередуются со спусками, что создает тренирующий эффект при прохождении тропы.

Анализируя и сравнивая различные подходы проектирования туристских троп на особо охраняемых территориях, можно сделать вывод что, способы проектирования зависят от территории, ее особенностях, рельефе, ландшафтном состоянии, разнообразия природных ресурсов и самого вектора развития особо охраняемой территории. Особо охраняемые территории Алматинской области и Алтайского края взяли за основу системный подход, который позволяет учесть как природно-исторические особенности местности, так и специфику сложившегося рекреационного использования и построить эколого-просветительскую деятельность на охраняемой территории наиболее рационально.

Работа выполнена при поддержке Российского научного фонда в рамках проекта 22-27-00245 «Теоретико-методологические основы проектирования туристских территорий в условиях социально-экономических систем предгорных и горных территорий Алтая».

Библиографический список

1. Орестов, Я. И. Подготовка проекта экотропы / Я. И. Орестов, Н. Н. Буторина // Тропа в гармонии с природой. Сборник российского и зарубежного опыта по созданию экологических троп. – Москва : «Р.Валент», 2007. – С. 17–24. – URL: <http://ecosystema.ru/03programs/tro/06.htm>? (дата обращения: 07.04.2022).

2. Чиждова, В. П. Экологические тропы как форма туризма и обучения: технология и организация (на примере проектируемой тропы «Лесо-болотная азбука» в национальном парке «Смоленское Поозерье») / В. П. Чиждова // Российский журнал устойчивого туризма. – 2013. – № 3. – С. 36–42.

3. Калихман, А. Д. Экскурсионные экологические тропы у Байкала. Проектирование и строительство троп / А. Д. Калихман, Т. П. Калихман. – Saarbrücken, Germany : Palmarium Academic Publishing, 2014. – 248 с.

4. Мядзелец, А. В. Геоинформационное обеспечение и планирование познавательного экотуризма для организации рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях озера Байкал / А. В. Мядзелец, Н. М. Лужкова // Известия Иркутского государственного университета. Серия Науки о Земле. – 2022. – Том 39. – С. 81–98.

5. Бельшев, Б. Ф. *Anax parthenope* Selys – реликтовый вид в одонатофауне Горного Алтая / Б. Ф. Бельшев, Н. Б. Бельшев // Вопросы географии Сибири. – Томск, 1976. – Вып. 9. – С. 151.

6. Мастер-план ТОО «TurangaGroup» // Проект устойчивого развития экотуризма в Иле-Алатауском Национальном парке. – Алматы, 2020. – С. 2–33.

7. Руководство по проектированию объектов инфраструктуры на ООПТ / Агентство стратегических инициатив. – 2021. – С. 142–144.

УДК: 379.85(504.455)

Водные объекты особо охраняемых природных территорий - природный потенциал для развития экологического туризма в Карачаево-Черкесской Республике

Дега Наталья Сергеевна

*кандидат географических наук, доцент, заведующая научно-исследовательской лабораторией геоэкологического мониторинга, Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева, г. Карачаевск
dega999@mail.ru*

Аннотация. Развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях республики будет способствовать повышению природоохранного, экологического и культурного сознания населения, а также экономически поможет сохранить природу региона. В статье приводится эколого-географическая оценка озерных ландшафтов хребта Морг-Сырты. Озерные ландшафты сохранили свою уникальность и практически не преобразованы хозяйственной деятельностью. Экологический маршрут к озерам необходимо обустроить, маркировать и провести расчет предельно допустимых нагрузок, которые должны корректироваться по мере необходимости.

Ключевые слова: озера, особо охраняемые природные территории, экологический туризм, мониторинг, Карачаево-Черкесская Республика.

Water bodies of specially protected natural areas natural potential for the development of ecological tourism in the Karachay-Circassian Republic

Deга Natalia

*candidate of geographical Sciences, associate Professor, Head of the Research Laboratory of Geoecological Monitoring, Umar Aliev Karachay-Cherkessia State University, Karachaevsk
dega999@mail.ru*

Annotation. The development of ecological tourism in specially protected natural areas of the republic will contribute to increasing the environmental, environmental and cultural consciousness of the population, as well as economically help preserve the nature of the region. The article provides an ecological and geographical assessment of the lake landscapes of the Morg-Syrta range. Lake landscapes have retained their uniqueness and are practically not transformed by economic

activities. The ecological route to the lakes must be equipped, marked and the maximum permissible loads must be calculated, which must be adjusted as necessary.

Keywords: lakes, specially protected natural areas, ecological tourism, monitoring, Karachay-Cherkess Republic.

В последние десятилетия, особо охраняемые природные территории (ООПТ) Российской Федерации самым широким образом используются для организации экологического туризма [1]. Экологический туризм в настоящее время является одним из самых перспективных способов щадящего природопользования. На территории Карачаево-Черкесской Республики функционируют следующие ООПТ:

федерального значения:

- часть Кавказского государственного природного биосферного заповедника;
- Тебердинский национальный парк;
- Даутский заказник;
- часть особо охраняемого эколого-курортного региона – Кавказские Минеральные

Воды.

республиканского значения:

- 7 заказников (Дамхурц, Хасаутский, Эльбурганский, Лабинский, «Белая скала», Архызский, Марухский);
- 61 памятник природы (17 ботанических, 17 геоморфологических и геологических, 4 ландшафтных, 3 водоема, 2 водопада, 8 минеральных источников, 10 пещер).

Для развития на ООПТ экологического туризма необходимо:

1. детально изучить экологию и географию природно-территориальных комплексов и природных объектов;

2. определить емкость экологического маршрута.

Хребет Морг-Сырта, входящий в Архызский участок Тебердинского национального парка, расположен к востоку от п. Архыз. Всесезонный горный курорт «Архыз» в последние десятилетия активно развивается. Здесь действует более 40 объектов горнолыжной и инженерно-коммунальной инфраструктуры, оборудованы 27 км горнолыжных трасс, сеть подъемников, системы искусственного снегообразования, ежегодно растет число мест размещения, количество и разнообразие сервисов. В 2022 году курорт посетило около 700000 любителей активного отдыха. Растет в свою очередь и антропогенная нагрузка на природно-территориальные комплексы долины горного курорта.

Озёра, расположенные в горной части республики, являются важнейшим компонентом туристско-рекреационного потенциала региона [2]. На территории Тебердинского национального парка (включая Архызский участок) находится 157 озер, общей площадью водной поверхности 1,6 км². Озера располагаются на различной высоте над уровнем моря, группируются в определенную систему ярусов озер, имеют разные размеры, различаются химическим составом поверхностной воды.

Научно-исследовательская лаборатория геоэкологического мониторинга Карачаево-Черкесского государственного университета имени У.Д. Алиева с 2011 года ежегодно проводит горные экспедиции, в рамках которых исследуются горные озера республики. Экспедиционные исследования включают в себя:

- аналитико-описательные исследования туристического маршрута к озеру;
- тахеометрическую съемку зеркала озера;
- глубинную съемку;
- отбор средней пробы воды и ее химический анализ.

После проведения наблюдений дается технологическая рекреационная оценка маршрута; в графических программах создаются картосхемы озер и глубинные профили; выполняется химическая и трофическая оценки поверхностной воды озера; проводится оценка устойчивости озер к антропогенному воздействию и его рекреационной емкости [3].

Экологический маршрут к горным озерам хребта Морг-Сырты начинается на правом берегу р. Большой Зеленчук. Озера группируются в четыре озерных яруса, расположенных в интервале высот от 1500 до 2608 м [4]. На первом ярусе каров хребта Морг-Сырты на высоте 1500 м сохранилось Спящее озеро, остальные озера превратились в заболоченные луга. Спящее озеро расположено недалеко от устьевой части долины р. Кизгич, на правом его берегу. Площадь озера составляет 1,85 га, максимальная длина 350 м, ширина 100 м (рисунок 1). Узким языком оно протянулось на юго-восток, широкая часть к северу. Западный берег озера примыкает к хвойному лесу, северный, восточный и южный берега пологие покрыты травянистой растительностью и разреженным смешанным хвойно-лиственным лесом. Озеро бессточное, в самой середине широкой части осталось окно чистой воды всего несколько метров, все остальное покрыто болотной растительностью. Спящее озеро проходит этап естественного эвтрофирования или «старения».

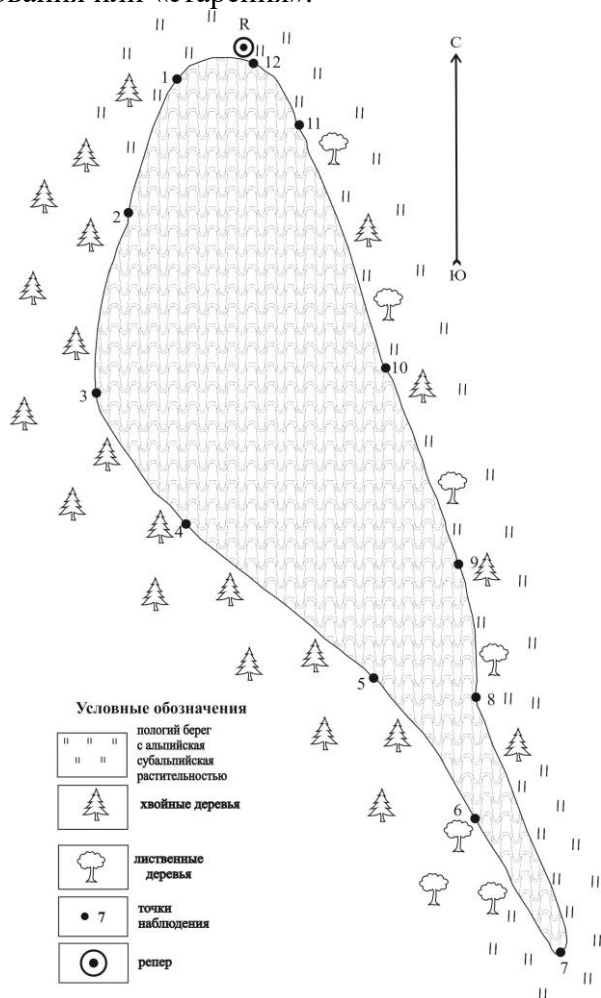
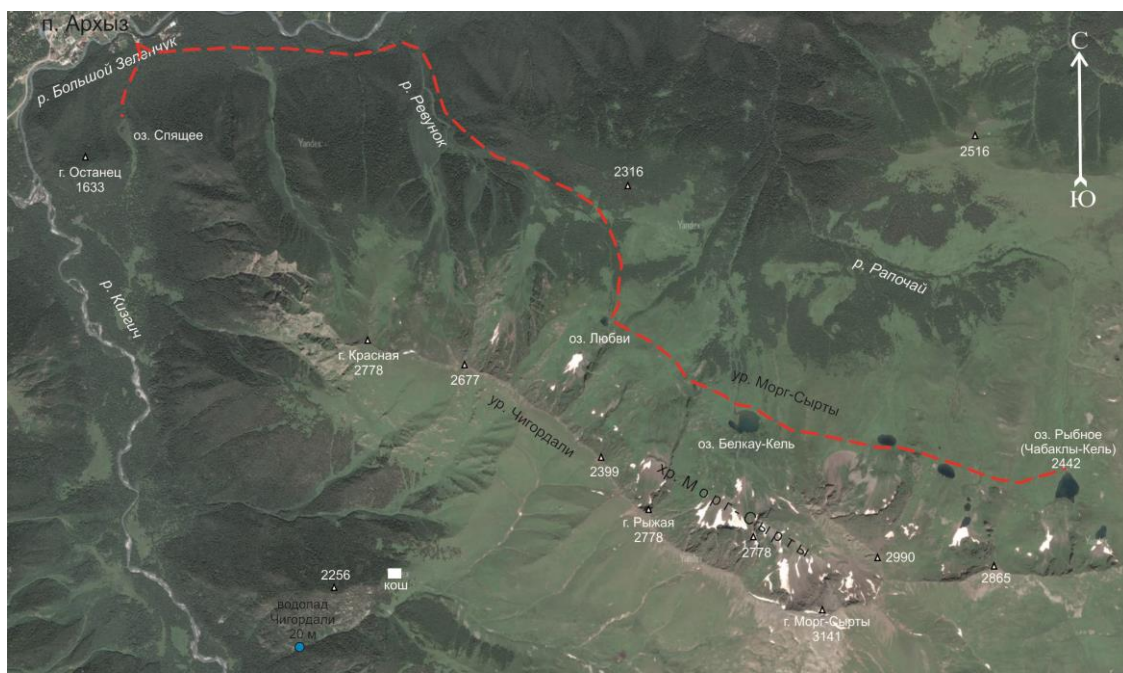


Рисунок 1- Схема Спящего озера

Экологический маршрут к озерам проходит через Казачью поляну по лесной долине (рисунок 2). Через 2-2,5 км тропа пересекает р. Ревунок и поворачивает вправо к перевалу Архызское седло. Далее тропа идет до истока реки Ревунок, которая вытекает из озера Любви. Тропа проходит по обширным альпийским и субальпийским лугам с богатым разнотравьем. Преодолев небольшой хребет, тропа выходит на II ярус каров. Здесь расположены озера - Любви, Белькау-Кель и Холодное. Озеро Любви находится на высоте 2365 м, имеет форму сердца. Такую форму озеро приобрело в результате деятельности двух лавин. Озеро карово-моренного происхождения, подпруженное моренным валом. Площадь озера составляет 0,52 га, максимальная ширина 70 м, длина 100 м. У озера северный берег пологий, остальные довольно крутые. Берега озера покрыты альпийским и субальпийским

разнотравьем, на юго-восточной части озерного ландшафта встречаются кустарники. Максимальная глубина озера зафиксирована в восточной часть и составила 6,0 м [5].

Озеро Холодное расположено на высоте 2345 м, Белькау-Кель на 2265 м над уровнем моря. Оба озера карово-моренного происхождения подпруженные моренным валом [4]. Озеро Белькау-Кель окаймляют скалистые горы, в него впадает бурный горный поток. Площадь озера 3,76 га, максимальная длина 240 м, максимальная ширина 210 м. Озеро имеет форму седловины, в западной части имеет небольшой залив, похожий на «верблюжий горб». Южный берег озера довольно крутой с зарослями березового криволесья, остальные берега пологие покрытые альпийским и субальпийским разнотравьем. Максимальная глубина озера 8,0 м зафиксирована не далеко от впадения ручья в озеро.



Условные обозначения:
 - - - - - экологический маршрут ▲ г. Рыжвая 2778 название вершины с высотной отметкой
 Рисунок 2 - Схема экологического маршрута к озерам хребта Морг-Сырты

Далее тропа подымается на III ярус каров хребта Морг-Сырты. В этом ярусе расположены озера больших размеров. Два озера имеют площадь 1,2 га, с максимальной длиной 150 м и максимальной шириной 100 м. Все озера карового-моренного происхождения, расположены в скальных ваннах и подпружены моренами [4]. В этом ярусе расположено крупное озеро хребта Чабаклы-Кель (Рыбное озеро). В озере водится форель, отсюда и его название. Чабаклы-Кель водный памятник природы республиканского значения. Озеро окружено сильно изрезанным скалистым гребнем, состоящим из башен, шпилей и бесформенных нагромождений скал. Само озеро расположено на высоте 2442 м над уровнем моря. Площадь зеркала 6,72 га, максимальная длина 300 м, максимальная ширина 280 м. По форме озеро напоминает треугольник с закругленными углами. Из северной части озера по узкому неглубокому каньону вытекает река Рапочай. Берега озера покрыты альпийским разнотравьем.

В IV ярусе каров на высотах 2584 м над уровнем моря расположены Верхнее Чабаклы и Треугольное озеро [6].

В рамках экспедиционных исследований на озерах отбирались средние пробы воды, и выполнялся химический анализ природных вод. Поверхностная вода в озерах пресная, гидрокарбонатная, очень мягкая. Органолептические показатели: запах, вкус, цветность, прозрачность в пределах нормы. Концентрации металлов в озере также не превышают предельно-допустимых норм.

Озера хребта Морг-Сырты типично олиготрофные. Они характеризуются: слабой минерализацией, высоким содержанием растворенного кислорода, низкой долей растворенных в воде питательных веществ, низкими температурами воды, песчаным или каменистым дном, высокой прозрачностью.

Наибольшую нагрузку из описанных выше озер испытывает Спящее озеро и озеро Любви, это связано из-за их доступности. В целом значительных антропогенных преобразований озерных ландшафтов мы не наблюдали.

Таким образом, экологический маршрут отличается уникальным природным потенциалом. Здесь можно посетить реликтовый хвойный лес, альпийские и субальпийские луга, каровые озера, которые поражают своей красотой и прозрачностью воды, обрамленные изрезанными скалистыми гребнями. Необходимо обустроить экологический маршрут: установить щиты с информацией о национальном парке, правилах поведения на маршруте, уникальных объектах природы. Маршрут должен обязательно иметь маркировочные знаки, оборудованные места для стоянок. Обязательным аспектом является расчет допустимых нагрузок на экмаршрут. Не менее трех раз в год должен проводиться мониторинг маршрута и по мере необходимости корректироваться его предельно допустимая нагрузка. Развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях республики будет способствовать повышению природоохранного, экологического и культурного сознания населения, а также экономически поможет сохранить природу региона.

Библиографический список

1. Крюкова, О. В. Развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях России / О. В. Крюкова, О. К. Печорина // *Современные проблемы науки и образования*. – 2014. – № 2. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=12029> (дата обращения: 25.03.2023).
2. Дега, Н. С. Высокогорные озера - перспективный рекреационный продукт Карачаево-Черкесии / Н. С. Дега, В. В. Онищенко // *Устойчивое развитие горных территорий*. – 2014. – Том 6. – № 1. – С. 68–74.
3. Онищенко, В. В. Экосистемный мониторинг горных районов Карачаево-Черкесии в условиях усиления техногенного прессинга и изменения климата / В. В. Онищенко, Н. С. Дега // *Безопасность в техносфере*. – 2009. – № 6. – С. 14–18.
4. Ефремов, Ю. В. Озера Тебердинского заповедника и сопредельных территорий / Ю. В. Ефремов, Д. С. Салпагаров // *Труды Тебердинского государственного природного биосферного заповедника*. – Ставрополь : Кавказский край, 2001. – Вып. 24. – 112 с.
5. Дега, Н. С. Геоэкологические особенности высокогорного озера «Любви» в Карачаево-Черкесии / Н. С. Дега, А. Х. Катчиев, Ш. Ю. Тохчуков, А. К. Шидаков // *Теоретические и практические аспекты развития современной науки : материалы XV международной научно-практической конференции*. – Москва : Научно-информационный издательский центр «Институт стратегических исследований», 2015. – С. 203–208.
6. Ильичев, Ю. Г. Динамика горных озер верховий Кубани / Ю. Г. Ильичев, Ю. В. Ефремов, А. Н. Бок, Н. С. Дега // *Труды Тебердинского заповедника*. – Кисловодск : МИЛ, 2015. – Вып. 59. – 158 с.

Возможности организации эколого-туристической деятельности на трансграничной природоохранно-туристской территории Западного Алтая

Селезнева Елена Владимировна

*старший преподаватель кафедры физической географии и геоинформационных систем
Алтайский государственный университет, Россия, Барнаул*

zaklenchuk_e_v@mail.ru

Ротанова Ирина Николаевна

доцент кафедры физической географии и геоинформационных систем, кандидат географических наук, доцент, Алтайский государственный университет, г. Барнаул

zaklenchuk_e_v@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам организации эколого-туристической деятельности на трансграничной природоохранно-туристской территории (ТПОТТ) Западного Алтая. Объектом исследования служит территория российско-казахстанского приграничья Западного Алтая – в Алтайском крае (Россия) и в Восточно-Казахстанской области (Казахстан). Проведена оценка природоохранно-туристского потенциала территории. Предложена система функционального эколого-туристического зонирования территории и определены перспективные и реализуемые виды туризма.

Ключевые слова: трансграничная природоохранно-туристская территория, приграничное сотрудничество, ООПТ, Алтай, Западный Алтай, Алтайский край, Восточно-Казахстанская область, Тигирекский заповедник, Западно-Алтайский заповедник.

Opportunities for organizing environmental and tourist activities in the transboundary environmental and tourist territory of Western Altai

Selezneva Elena

Senior Lecturer, Department of Physical Geography and Geoinformation Systems

Altai State University, Barnaul

zaklenchuk_e_v@mail.ru

Rotanova Irina

*Associate Professor of the Department of Physical Geography and Geoinformation Systems,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Altai State University, Barnaul*

zaklenchuk_e_v@mail.ru

Annotation. The article is devoted to the organization of eco-tourism activities in the transboundary nature protection and tourism area (TPTT) of Western Altai. The object of the study is the territory of the Russian-Kazakhstan border of the Western Altai - in the Altai Territory (Russia) and in the East Kazakhstan Region (Kazakhstan). An assessment of the environmental and tourist potential of the territory was carried out. A system of functional eco-tourist zoning of the territory is proposed and promising and feasible types of tourism are identified.

Keywords: transboundary nature conservation and tourist area, cross-border cooperation, protected area, Altai, Altai Krai, East Kazakhstan Region, Tigireksky Reserve, West Altai Reserve.

Российско-казахстанское приграничье Западного Алтая – территория, обладающая необходимыми ресурсами для сохранения ландшафтного и биологического разнообразия и развития различных видов туризма, в том числе трансграничного эколого-познавательного на ООПТ и сопредельных территориях[1].

Международная трансграничная природоохранно-туристская территория (ТПОТТ) Западного Алтая предлагается общей площадью около 17,5 тыс. кв. км, из которых 12,5 тыс. кв. км расположены в Алтайском крае (РФ) и около 5,0 тыс. кв. км в Восточно-Казахстанской области (ВКО) (РК). Протяженность общей границы между РФ и РК в

пределах трансграничной природоохранно-туристской территории Западного Алтая составляет около 250 км. Целью создания данной территории является организация и проведение природоохранно-туристской деятельности, направленной на изучение и сохранение объектов биологического и ландшафтного разнообразия российско-казахстанского приграничья Западного Алтая [2].

ТПОТТ Западного Алтая включает ООПТ: со стороны России (Алтайский край): государственный природный заповедник «Тигирекский», государственные природные заказники регионального значения «Лифляндский», «Чинетинский», «Чарышский», «Башчелакский», «Каскад водопадов на реке Шинок»; со стороны Казахстана (Восточно-Казахстанская область): Западно-Алтайский государственный природный заповедник. ТПОТТ Западного Алтая расположена в горной, в основном, горно-таежной местности. В Алтайском крае в нее входят части Колыванского, Башчелакского, Коргонского и Коксуйского хребтов, а также Тигирецкий хребет, основными водными объектами являются реки Чарыш, Белая, Иня и их притоки; в ВКО ТПОТТ включает части хребтов Убинского, Станового, Чернового, Саманушинского белка, расположена на правом берегу Иртыша, основной водный объект – река Уба и ее притоки.

Выполнена оценка перспективности создания ТПОТТ Западного Алтая средствами SWOT-анализа, результаты которого показывают сильные стороны: выгодное географическое положение территории для ее организации с целью «непрерывного сохранения» схожих природных комплексов независимо от политических и административных границ; уникальные природные ресурсы – ландшафтное и биологическое разнообразие территории, а также историко-культурные объекты, являющиеся основой развития эколого-познавательного туризма [3].

Дана оценка природно-туристского потенциала территории (таблица 1). Для оценки степени ценности природного ресурса в работе использована следующая градация оценок: благоприятная - 3 балла; относительно благоприятная - 2 балла; малоблагоприятная - 1 балл; неблагоприятная - 0 баллов, ограничивающий фактор – -1 [4].

Таблица 1 – Оценка природно-туристских ресурсов для обоснования ТПОТТ Западного Алтая

Критерий	Краткая характеристика	Балл
Геоморфологические ресурсы	низкогорный, крутосклонный, среднерасчлененный скалистый (400-600 м) рельеф	3
	низкогорный, крутосклонный сильно и среднерасчлененный (400-800 м) рельеф	3
	среднегорный, крутосклонный глубокорасчлененный (800-1000 м) рельеф	3
	среднегорный, крутосклонный, резкорасчлененный (1000-1500 м) рельеф	2
	высокогорный, пенеценизированный, глубоко- и резкорасчлененный скалисто-осыпной (1500-2000 м) рельеф	2
	высокогорный, альпинотипный резко и дробнорасчлененный с ледниками, каменистыми россыпями, снежниками (от 2000 м) рельеф	1
Растительные ресурсы	луговые разнотравно-злаковые степи, местами кустарниковые, злаково-разнотравные остепненные луга	2
	лиственные леса в сочетании с кустарниковыми зарослями и луговыми степями и лугами	2
	хвойно-лесная и лугово-кустарниковая растительность	3
	альпийские и субальпийские луга и кустарники с участками тундр и редколесий	3
	мохово-лишайниковые, кустарниковые тундры	2
Водные ресурсы	наличие водных объектов, пригодных для нескольких видов рекреационного водопользования	3
	наличие водных объектов, пригодных для отдельных видов рекреационного водопользования	3

Гляциологические ресурсы	снежный покров высотой 30-70 см, залегает от 3 до 6 месяцев	1
Рекреационно-промысловые ресурсы	промысловые ресурсы, низкогорный пояс с мелколиственной кустарниково-луговой растительностью, пригодный для широкого спектра рекреационно-промысловых занятий	3
	территории с хвойно-лиственной и кустарниково-луговой растительностью, пригодные для значительного числа видов рекреационно-промысловых занятий	2
Ландшафтное разнообразие	наличие уникальных и эталонных природных комплексов, смены различных природных зон и высотной поясности	3
Исторические достопримечательности	памятники истории и культуры	3
	археологические памятники и объекты	3
Геологические объекты	наличие месторождений и выходов горных пород	3
Транспортная доступность	расстояние от региональных центров проживания и обслуживания основных мест рекреации 30 – 300 (400) км	1
Освоенность территории	территория с развитой сетью сельских населенных пунктов, преимущественно специализированная на отраслях агро-промышленного сектора	2
Рекреационная инфраструктура	наличие рекреационных учреждений и объектов обслуживания сезонного функционирования	2
	наличие единичных рекреационных учреждений временного или сезонного функционирования, туристско-альпинистских маршрутов	1
Лавинная опасность территории	слабая лавинная опасность, коэффициент лавинной опасности составляет менее 0,25	-1
Степень антропогенного воздействия	территория среднеизмененных ландшафтов (% изменения 21-50)	2

Полученные результаты оценки природно-туристских ресурсов показывают, что большинство из представленных для оценивания критериев благоприятствуют развитию на исследуемой территории эколого-познавательной туристской деятельности, исключением является лавинная опасность территории, транспортная доступность, гляциологические ресурсы и высокогорный труднодоступный рельеф.

Проведен анализ действующих экологических троп в пределах ООПТ ТПОТТ. Из рассмотренных ООПТ наибольшее количество разработанных туристических маршрутов и экскурсий в Тигирекском заповеднике – 8, Чинетинском заказнике – 7, Западно-Алтайском заповеднике – 4. Данные ООПТ активно развивают эколого-познавательный туризм. В заповедниках развитие познавательного туризма осуществляется на конкретных участках, определенных индивидуальными положениями о заповедниках, с учетом режима особой охраны, размеров, ландшафтной и природоохранной специфики территорий. На основе проведенного анализа разработана карта объектов эколого-познавательного туризма (с указанием маршрутов экологических троп и объектов туристского интереса) на ТПОТТ Западного Алтая.

Осуществлена оценка возможных видов туризма и рекреации в пределах ТПОТТ, результаты которой позволяют сделать вывод о развитии:

- научно-познавательного – спелеотуризм, ознакомление с ландшафтами, памятниками природы, археологии, культурно-историческими и другими объектами;
- спортивного – водный сплав, лыжный, велотуризм, спелеотуризм, парусный (на водохранилище), скалолазание;
- рекреационно-оздоровительного – лечение, рыбалка, лицензионная охота, отдых выходного дня;
- религиозно-паломнического в сочетании с рекреацией (посещение «святых мест»);
- сельского – посещение сельских гостевых усадеб, маральников, питомников, пасек и др.

Предложена система функционального эколого-туристического зонирования ТПОТТ Западного Алтая. На основе идеологии функционального зонирования, разработанной применительно для национальных парков и Правил создания охранных зон отдельных категорий ООПТ, используя ландшафтный подход, в границах ТПОТТ выделены следующие функциональные зоны: заповедного режима (площадью более 168,0 тыс. га), особо охраняемая (около 187,0 тыс. га), рекреационная (около 470,0 тыс. га) (подзона регулируемого туризма – более 380,0 тыс. га, подзона массового туризма около 88,6 тыс. га) и традиционного хозяйственного использования (более 935,0 тыс. га)[5].

Проведен анализ сети действующих экологических троп в пределах ООПТ ТПОТТ, представленных 16 маршрутами. Разработана карта объектов эколого-познавательного туризма, осуществлена оценка развития возможных видов туризма и рекреации в пределах ТПОТТ, показывающая, что наиболее распространенными видами туризма являются: научно-познавательный, спортивный, рекреационно-оздоровительный, религиозно-паломнический в сочетании с рекреацией, сельский, паратуризм и др.

Создание трансграничной природоохранно-туристской территории Западного Алтая будет способствовать стабилизации непрерывного сохранения био-, ландшафтного разнообразия и развитию международного трансграничного эколого-познавательного туризма.

Библиографический список

1. Selezneva, E. V. A Transboundary environmental and tourism cluster in Western Altai: recreational and geographic substantiation / E. V. Selezneva, I. N. Rotanova // IOP Conference Series: Earth and environmental : Science «International Scientific and Practical Forum on Natural Resources, the Environment, and Sustainability, NRES», Barnaul, 22–23.10.2020. – IOP : Publishing Ltd, 2021. – P. 012–058. – DOI: 10.1088/1755-1315/670/1/012058.

2. Селезнева, Е. В. Трансграничная природоохранно-туристическая территория и возможности ее организации в Западном Алтае / Е. В. Селезнева, И. Н. Ротанова // Материалы IX Международной научно-практической конференции «Горные территории: приоритетные направления развития». – Владикавказ, 2019. – С. 148–149.

3. Selezneva, E. V. Ecological background of the transboundary protected touristic territory in Western Altai / E. V. Selezneva, I. N. Rotanova // Ukrainian Journal of Ecology. – 9(4). – P. 709–712.

4. Селезнева, Е. В. Понятие о трансграничной природоохранно-туристической территории и возможности ее организации в Западном Алтае / Е. В. Селезнева, И. Н. Ротанова // Природные условия, история, культура и язык Западной Монголии и сопредельных регионов : материалы XIV международной конференции (18-19.09.2019). – Ховд, 2019. – С. 151–156.

5. Селезнева, Е. В. Функциональное зонирование трансграничной природоохранно-туристской территории Западного Алтая / Е. В. Селезнева, И. Н. Ротанова // Записки Усть-Каменогорского филиала Казахского Географического общества. Выпуск 15. Международный год мира, доверия и устойчивого развития : материалы международной научно-практической конференции. – Усть-Каменогорск : ТОО «ВКПК Арго», 2021. – С. 269–278.

Экологический туризм как способ охраны территории в Якутии на примере национального парка «Ленские столбы»

Кудряшова Нарыйаана Ивановна

*студент, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск
vinokurova.21@mail.ru*

Винокурова Марфа Александровна

*старший преподаватель, Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова, г. Якутск.
vinokurova.21@mail.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены особенности национального парка «Ленские столбы». Определено социально-культурное значение экологического туризма на примере национального парка «Ленские столбы». Дан обзор мероприятий, проводимых на территории парка. Якутия обладает огромным потенциалом для развития внутреннего туризма, в частности экологического туризма, благодаря уникальным природным объектам и способна привлекать туристов из разных городов и стран мира.

Ключевые слова: природный парк, экологический туризм, природные объекты, сохранение и защита природы, экологическая этика.

Ecological tourism as a way to protect the territory in Yakutia on the example of the Lena Pillars National Park

Kudryashova Nariyaana

*student, North-Eastern Federal University, Yakutsk
vinokurova.21@mail.ru*

Vinokurova Marfa

*senior lecturer, North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov, Yakutsk
vinokurova.21@mail.ru*

Annotation. The article discusses the features of the Lena Pillars National Park. The socio-cultural significance of ecological tourism is determined by the example of the Lena Pillars National Park. An overview of the events held in the park is given. Yakutia has a huge potential for the development of domestic tourism, in particular eco-tourism, thanks to its unique natural objects and is able to attract tourists from different cities and countries of the world.

Keywords: nature park, ecological tourism, natural objects, conservation and protection of nature, environmental ethics.

Республика Саха (Якутия) – крупнейший регион Российской Федерации и самое холодное место в северном полушарии планеты Земля. Более 40 процентов площади республики находится за Полярным кругом. Здесь насчитывается более 300 тысяч рек и 700 тысяч озер. Главная артерия – река Лена входит в число 10 величайших рек земного шара. Площадь лесов составляет 2,26 миллиона квадратных километров.

Туризм в Якутии на данный момент является одним из приоритетных направлений развития экономики. Учитывая, что Якутия обладает уникальным природным потенциалом, данная территория имеет возможности для развития разных видов туризма: экстремального, культурно-познавательного, экологического, оздоровительного, гастрономического и т.д. Положительные тенденции в развитии этих и других видов туризма подтверждаются высоким спросом и позитивной динамикой общего потока туристов, растущего с каждым годом. Увеличилось количество туристских фирм, предлагающих свои услуги, начиная с предоставления гостевых домиков в черте и за пределами города, а также разнообразными маршрутами, охватывающими достопримечательности местности и природное разнообразие.

Туристов привлекают водные маршруты со сплавами, туры на Ленские и Синские столбы, водопады, манит красота северной природы, активный отдых на природе.

Экологический туризм имеет большое социально-культурное значение. В последние годы он стал популярен в нашей республике. Общение с природой даёт людям не только отдых, но и позволяет узнать природу родного края, её самобытную культуру и историю. Также экотуризм является источником пополнения местного бюджета, привлекая иностранных туристов в Якутию. Но одним из важных факторов экотуризма является минимизация последствий нерегулируемого потока туристов на охраняемые территории.

Согласно по Федеральному закону и умелой организации отдыха людей можно организовать экологический туризм. 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[4].

В качестве объектов экотуризма чаще всего используются относительно нетронутые природные территории, а также культурные, этнографические, археологические и исторические достопримечательности, а также природно-антропогенные (культурные) ландшафты.

При организации экологического туризма на особо охраняемых природных территориях нужно организовать и включить комплекс услуг по перемещению туристов, обеспечить их размещение и питание, информировать о правилах поведения, а также содействовать устойчивому развитию, сохранению ценных природных территорий при обеспечении осуществления образовательных, познавательных, рекреационных функций.

Якутия занимает обширную территорию, на ней много красивых мест, достопримечательностей, привлекающих туристов со всего мира. Она покоряет путешественников красотой своей первозданной природы. В данное время более 29 процентов территорий Якутии занимают особо охраняемые природные территории. Одним из таких мест является национальный парк «Ленские столбы», созданный Распоряжением Правительства РФ от 17 апреля 2019 года. Общая площадь парка составляет 1217941 га, охватывает территории земель Хангаласского, Олекминского, Алданского районов.

Парк – уникальный палео-геолого-биотический комплекс, располагающийся в 100-220 километрах к юго-западу от города Якутска вверх по течению реки Лена. В 1995 году Международный союз геологических наук зачислил его в мировой список геологических местонахождений. Этот ландшафт, формирование которого началось более 500 миллионов лет назад, сохранил древнейшую геологическую основу, включающую ценнейшие окаменелости, уникальные формы рельефа, своеобразные типы почв и биологическое разнообразие. Скалы Ленские столбы, песчаные дюны – тукуланы, богатейшая флора и фауна Лена-Буотамского междуречья, удивительные столбы рек Синяя и Буотама, уникальный археологический памятник «Стоянка древнего человека Диринг Юрях».

Парк «Ленские столбы» состоит из двух участков: основного правобережного, протянувшегося вдоль реки Лена почти на 200 километров, и ее правого притока реки Буотама, и небольшого левобережного, охватывающего нижнее течение реки Синяя, впадающей в реку Лена слева. Благодаря тому, что в 2012 году Ленские столбы были включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, нам удалось сохранить её уникальную красоту [3].

Как известно, парк доступен для туристов в течение 9 месяцев, и за один туристический сезон через него проходит примерно около 20 тысяч посетителей из разных стран и городов. Можно представить, что было бы, если бы Ленские столбы не были включены в список ООПТ. Основной функцией парка «Ленские столбы» является сохранение биологического разнообразия и устойчивого развития природы РС(Я) [2]. Ведь на его территории находится много исторических, культурных и природных достопримечательностей. И экотуризм помогает сохранению баланса между развитием туризма на территории парка и окружающей среды.

Парк предлагает для своих посетителей уникальные водные, пешие, экологические маршруты с посещением основных достопримечательностей, а также располагает гостевыми домами, позволяющими организовать семейный отдых. А для любителей активного образа жизни доступны сплавы по речкам Синяя, Буотама, азартная рыбалка, исследование флоры и фауны. Работниками парка ведут целенаправленную работу по охране и сохранению природного и культурного наследия «жемчужины» нашей республики. Проводятся превентивные меры по предупреждению природных пожаров, последствий от паводка, уборки территории, ведется учет биоразнообразия парка. Вместе с научно-исследовательскими институтами организуются палеонтологические, климатические, экологические исследования, позволяющие контролировать состояние окружающей среды, численность животного и растительного мира на территории парка [6].

Ежегодно у подножия скал Ленские столбы проводятся эколого-просветительские и культурно-массовые мероприятия, экоуроки для школьников и студентов, экологические акции «Здоровье малых рек – здоровье нации», «Сохраним реку Лену», «Чистый маршрут» по привлечению населения к мониторинговым исследованиям водной экосистемы реки Лены и ее притоков, благоустройству зон отдыха на территории ООПТ. Традиционными стали такие мероприятия, как «День подснежника», «День сардааны», «День Земли», «День реки Лена», «День рождения Национального парка «Ленские столбы» [6]. Всё это дарит посетителям большой опыт общения с природой, знакомство с уникальными природными объектами, животными и растениями, занесенными в Красную книгу Якутии. Программа экологических маршрутов помогает формировать у туристов экологическую этику и изменить стереотипы их поведения посредством повышения уровня экологического просвещения.

Таким образом, природный парк «Ленские столбы» стал первым в республике местом экологического туризма и сохраняет свое лидерство по количеству посещений. Это уникальное место привлекает туристов изумительной по красоте природой, чистой извилистой рекой, скалистыми берегами, величественными лесами, нетронутыми человеком, возможностью зарядиться энергетикой и силой Ленских столбов. Сохранению баланса между человеком и природой помогает экологический туризм.

Экотуризм не требует специальной инфраструктуры для туристов, с меньшим использованием туристических объектов и является эффективным средством охраны природы, в том числе на ООПТ, позволяет избежать многих отрицательных последствий массового туризма: разрушению останцев, истреблению редких и исчезающих видов растений и животных, загрязнению реки.

Республика Саха (Якутия) обладает достаточным природно-ресурсным потенциалом, нетронутыми и загадочными местами для развития экологического туризма. И Национальный парк «Ленские столбы» тому подтверждение. Экотуризм в Якутии может быть полноценно развит на мировом уровне благодаря нескольким преимуществам перед другими российскими регионами:

- 1)разнообразии ландшафта, от арктической тундры до горно-таежных районов;
- 2)обилие дикой флоры и фауны;
- 3)чистота девственных лесов;
- 4)пригодность для всех видов туризма.

Таким образом, Национальный парк «Ленские столбы» по праву можно назвать «жемчужиной» не только Республики Саха (Якутия), но и всей России. Это уникальное природное творение с разнообразными ландшафтами, обладающими ошеломляющей красотой и мировой научной ценностью.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 56642–2015. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утвержден и введен

в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 14 октября 2015 года № 1562-ст : введен впервые : дата введения 2016-07-01 / разработан Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») при участии Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры Российской Федерации. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124943> (дата обращения: 03.04.2023).

2. Ивлиева, О. В. Природные туристские ресурсы мира: учебник / О. В. Ивлиева, А. В. Шмыткова // Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 246 с.

3. Иллюстрированное издание «Природный парк «Ленские столбы» / под ред. Михайловой Е. И. – Словакия : «Пента», 2010. – 199 с.

4. Малыгина, Н. В. Экологический туризм : учебник / Н. В. Малыгина. – Москва : «Прометей», 2019. – 162 с.

5. Об особо охраняемых природных территориях : Федеральный закон № 33-ФЗ : [принят Государственной Думой 15 февраля 1995 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6072/ (дата обращения: 03.04.2023).

6. История парка // Национальный парк «Ленские столбы» : [сайт]. – URL: <https://lenapillars.ru/about/history/> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 338.48

Экотуризм на территориях заповедников Северного Кавказа, как ключевой аспект развития устойчивого развития региона

Перепечаева Елена Александровна

аспирант кафедры социально-экономической географии и природопользования, Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону

elena.perepe4aeva@yandex.ru

Ивлиева Ольга Васильевна

доцент, доктор географических наук, профессор-кафедра туризма, Высшая школа бизнеса Южного федерального университета, г. Ростова-на-Дону
ivleva.o@mail.ru

Аннотация. Одним из важнейших условий устойчивого развития туризма в регионе, является баланс при использовании ресурсов данного региона. Так как экотуризм предполагает посещение туристами заповедников, национальных парков и прочих особо охраняемых территорий, необходимо учитывать все позитивные и негативные факторы влияющие на данные территории. В статье рассматривается развитие экотуризма на территориях Северного Кавказа. Для получения информации о влиянии экотуризма на особо охраняемые территории был составлен свод анализ, по результатам которого сделаны выводы.

Ключевые слова: туризм, экотуризм, устойчивое развитие, аспекты развития, экономический рост, экономический рост, природное равновесие, заповедники Северного Кавказа.

Ecotourism in the territories of nature reserves of the North Caucasus, as a key aspect of the development of sustainable development of the region

Perepechaeva Elena

postgraduate student of the Department of Socio-Economic Geography and Environmental Management, Southern Federal University, Rostov-on-Don

elena.perepe4aeva@yandex.ru

Ivlieva Olga

Associate Professor, Doctor of Geography, Professor, Department of Tourism, Graduate School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don
ivleva.o@mail.ru

Annotation. One of the most important conditions for the sustainable development of tourism in the region is the balance in the use of the resources of this region. Since ecotourism involves tourists visiting nature reserves, national parks and other specially protected areas, it is necessary to take into account all the positive and negative factors affecting these territories. The article discusses the development of ecotourism in the territories of the North Caucasus. To obtain information on the impact of ecotourism on specially protected areas, a summary analysis was compiled, the results of which were concluded.

Keywords: tourism, ecotourism, sustainable development, aspects of development, economic growth, economic growth, natural balance, and nature reserves of the North Caucasus.

Экотуризм, приобретает все больший интерес в индустрии туризма. Как у туристов, так и у компаний предлагающих посетить заповедные зоны. На государственном уровне также уделяется большое внимание развитию экотуризма в особо охраняемых территориях. А сложившийся экологический кризис в урбанизированных и промышленных зонах, формирует не только необходимость создания зеленых зон и экологизации всех форм деятельности, но и обуславливает потребность населения в экологических формах отдыха.

Развитие туризма в особо охраняемых территориях, является перспективным сектором экономического развития. Однако, не все понимают понятийное значение экотуризма, путая его с природным туризмом.

Существует несколько определений «экотуризма», они имеют схожий смысл. Так понятие «экотуризм» сформулировано в Национальной Стратегии экотуризма Австралии, Департаментом туризма, Канберра. Экотуризм – это природо-ориентированный туризм, включающий программы экологического образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости» [1].

Также существует, более раннее и простое определение Всемирного Фонда дикой природы, Воо, 1990 года. Экотуризм — это природный туризм, способствующий охране природы [2].

В свою очередь «природный туризм» предполагает все те виды туризма, которые напрямую связаны с использованием ресурсов окружающей дикой природы, природных ландшафтов, водных ресурсов, рельефа, диких флоры и фауны.

Природный туризм — это знакомство туристов с дикой природой, отдых, активный туризм, но данные туры не включают в свою программу заботу об окружающей среде, об экологии и культуре мест, в которых проходят путешествия. Так, природный туризм может включать в себя перемещения на моторных лодках, охоту на животных без учета устойчивого экологического равновесия, а это противоречит принципам экотуризма. Следовательно, необходимо четко разделять эти понятия и донести до целевой аудитории важность и развитие именно экотуризма. Однако и природный туризм должен нести характер бережного отношения к окружающей среде и иметь грамотный подход к природопользованию, туристами.

Одним из перспективных и развивающихся регионов в популяризации экотуризма, является Северный Кавказ. На территории Северного Кавказа находятся семь заповедников и один национальный парк [3]. Заповедники Северного Кавказа, могут послужить ключевым аспектом в экономическом, устойчивом развитии региона.

Заповедники:

- Кавказский;
- Тебердинский;
- Северо-Осетинский;
- Дагестанский;
- Воронежский;
- Кабардино-Балкарский;
- Черные Земли;
- Сочинский национальный парк.

Все вышеперечисленные заповедные территории обладают огромными природными ресурсами. А также сохранили свою уникальность и первозданное состояние.

Экотуризм в заповедниках Северного Кавказа, является одним из важнейших видов туризма на этой территории. Эта область является уникальной в том, что здесь сохраняется редкая флора и фауна, а также множество экосистем, которые нуждаются в особой защите. Поэтому, при развитии региона с помощью привлечения туристского потока, следует провести аналитическую работу и учесть нагрузку на территорию и возможные риски.

Экотуризм на территории заповедников Северного Кавказа представляет собой возможность познакомиться с уникальными природными ландшафтами и животными, а также поучаствовать в мероприятиях по сохранению экологии этой области. Кроме того, здесь можно насладиться красивейшими видами гор, долин, водопадов, озер и других природных объектов.

Экотуризм на территории заповедников Северного Кавказа может включать в себя пешие и верховые прогулки, водные активности (как рекреационные, так и экологические исследования), организованные походы, экскурсии и многое другое. При проведении экскурсий и просветительской работе с туристами, посещающими заповедники, делается упор на важность сохранности этой уникальной экосистемы.

Туризм, в том числе и экотуризм, может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на устойчивое развитие региона. С одной стороны, туристская деятельность может стимулировать экономический рост, повышение уровня жизни местных жителей и сохранение культурных и природных достопримечательностей. В этом случае туризм выступает в качестве инструмента социально-экономического развития региона и является положительным аспектом при его развитии.

С другой стороны, неправильно организованная туристская деятельность может привести к негативным последствиям для окружающей среды и местных сообществ. Например, повышенный поток туристов может привести к загрязнению водных и природных ресурсов, разрушению экосистем и нарушению природного равновесия. Кроме того, массовый туризм может привести к перегруженности инфраструктуры, увеличению транспортных пробок и курортного давления на береговую линию морей и океанов. В результате, такой туризм может угрожать устойчивому развитию региона и оказать губительное, а возможно и необратимо влияние.

Таблица 1 – SWOT Анализ положительных и отрицательных аспектов в развитии экотуризма региона

SWOT Анализ		
№	Положительные аспекты	Отрицательные аспекты
1	Экономическое развитие: туризм может стать мощным источником дохода для региона и создать новые рабочие места.	Экологические проблемы: туризм может привести к загрязнению окружающей среды, истощению природных ресурсов и ухудшению качества жизни местных жителей.
2.	Культурный обмен: туризм предоставляет возможность людям из разных культур встретиться, общаться и обмениваться опытом.	Культурные проблемы: туризм может привести к снижению уникальности культуры региона и искажению его традиций.
3.	Сохранение культурного и природного наследия: туризм может стать инструментом сохранения культурного и природного наследия, поскольку регионы начинают уделять больше внимания сохранению своей истории и природы.	Экономическая зависимость: если туризм становится единственным источником дохода для региона, то это может привести к экономической зависимости от туристов и ухудшению качества жизни местных жителей.

Поэтому, для того чтобы туризм стал инструментом устойчивого развития региона Северного Кавказа, необходима система управления туристской деятельностью, которая учитывает экологические, социальные и экономические аспекты. Экотуризм, в свою очередь, является одним из инструментов такой системы управления, который способствует сохранению природы, культуры и истории региона, и который может стать одним из факторов устойчивого развития региона.

Очень важно, на высшем уровне, разрабатывать устойчивые туристские стратегии, которые учитывают все эти факторы и помогают регионам получить максимальную выгоду от туризма, минимизируя его отрицательное воздействие на окружающую среду, культуру и экономику.

Библиографический список

1. Афанасьева, А. В. Зарубежный опыт управления в сфере экологического туризма: Тренды и модели развития / А. В. Афанасьева // Сервис в России и за рубежом. – 2020. – № 3 (90). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-upravleniya-v-sfere-ekologicheskogo-turizma-trendy-i-modeli-razvitiya> (дата обращения: 02.04.2023).

2. Лапочкина, В. В. Экологический туризм в России: тенденции развития / В. В. Лапочкина, Н. В. Косарева, Т. А. Адашова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 5–1 (47). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskii-turizm-v-rossii-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 02.04.2023).

3. Природные заповедники Кавказа – уникальные биосферные зоны // Энциклопедия Кавказа (Региональный портал) : [сайт]. – URL: <https://tanci-kavkaza.ru/zapovedniki-kavkaza/> (дата обращения: 01.03.2023).

6 Влияние туристско-рекреационной деятельности на устойчивое развитие региона

УДК 502(504)

Влияние туристско-рекреационной деятельности на показатели долгосрочной диагностики изменений свойств почв на территории, прилегающей к Телецкому озеру (Горный Алтай)

Ельчинова Ольга Анатольевна

профессор кафедры агротехнологий и ветеринарной медицины, доктор сельскохозяйственных наук, доцент, Горно-Алтайский государственный университет, Россия, г. Горно-Алтайск; директор Горно-Алтайского филиала Института водных и экологических проблем СО РАН, г. Барнаул
eo59@mail.ru

Кузнецова Ольга Викторовна

Старший преподаватель кафедры биологии и химии, Горно-Алтайский государственный университет, Россия, г. Горно-Алтайск
eo59@mail.ru

Дементьева Ольга Константиновна

Инженер, Горно-Алтайский филиал Института водных и экологических проблем СО РАН, Россия, г. Барнаул
eo59@mail.ru

Кудачинова Алтынсай Анатольевна

Инженер, Горно-Алтайский филиал Института водных и экологических проблем СО РАН, Россия, г. Барнаул
eo59@mail.ru

Аннотация. Влияние туристско-рекреационной деятельности привело к изменению показателей долгосрочной диагностики изменений свойств почв: увеличению плотности, твердости, снижению пористости и воздухообеспеченности почвы. Влияние рекреации на общие физические свойства прослеживалось до глубины 20-30 см, но наибольшие изменения были отмечены в верхнем 0-5 см слое.

Ключевые слова: почва, плотность, плотность твердой фазы, твердость, пористость, воздухообеспеченность

Impact of tourism and recreation activities on indicators of long-term diagnosis of changes in soil properties in the territory adjacent to lake Teletskoi (Gorny Altai)

Elchinina Olga

professor, docent, Gorno-Altai State University, Russia, Gorno-Altai
Doctor of Agricultural Sciences, director of Gorno-Altai branch of Institute for Water and Environmental Problems of SB RAS, Russia, Barnaul
eo59@mail.ru

Kuznetsova Olga

senior Lecturer, Gorno-Altai State University, Russia, Gorno-Altai
eo59@mail.ru

Dementieva Olga

research engineer, Gorno-Altai branch of Institute for Water and Environmental Problems of SB RAS, Russia, Barnaul
eo59@mail.ru

Kudachinova Altynsay

research engineer, Gorno-Altai branch of Institute for Water and Environmental Problems of SB RAS, Russia, Barnaul
eo59@mail.ru

Annotation. The influence of tourist and recreational activities has led to a change in the indicators of long-term diagnostics of changes in soil properties: an increase in density, hardness, a decrease in soil porosity and air supply. The influence of recreation on general physical properties was traced to a depth of 20-30 cm, but the greatest changes were noted in the upper 0-5 cm layer.

Keywords: soil, density, solid phase density, hardness, porosity, air supply

Телецкое озеро и прилегающая к нему территория является одним из объектов эколого-ориентированного туризма в Республике Алтай. Эта территория представляет собой часть объекта Всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Золотые горы Алтая» и является одной из наиболее посещаемых туристских дестинаций в регионе [1].

В процессе туристско-рекреационной деятельности неизбежно происходит негативное воздействие на окружающую среду. Целью исследований было изучение влияния туристско-рекреационной деятельности на показатели долгосрочной диагностики нарушений почвообразования (физических, водно-физических свойств и структурного состояния почв) [2]. В 2021-2022 гг. была обследована прибрежная территория озера. Точки опробования были выбраны на 12 притоках Телецкого озера. Следствием рекреационного влияния на исследуемой территории является развитая тропиная сеть, приводящая к трансформации естественных биогеоценозов. Отбор проб проводили на типичных для исследуемой территории тропах с одновременным отбором на незатронутой рекреацией территории. Также были обследованы участки, расположенные на территории Алтайского государственного биосферного заповедника.

Влияние рекреационных нагрузок привело к увеличению плотности верхнего 0-5 см слоя почвы в 1,2-1,7 раза (таблица 1), но абсолютные показатели не превышали критических значений для древесной и травянистой растительности. Увеличение плотности сопровождалось снижением пористости и воздухообеспеченности почвы.

Таблица 1 – Влияние туристско-рекреационной деятельности на физические свойства почвы

Точки опробования	Глубина, см	Плотность, мг/см ³		Плотность твердой фазы, г/см ³		Пористость, %		Воздухообеспеченность, %	
		тропа	возле тропы	тропа	возле тропы	тропа	возле тропы	тропа	возле тропы
Т.1 устье р. Чулышман	0-5	0,9	0,8	2,8	2,7	67,4	72,3	31,7	43,9
	10-20	1,2	1,4	2,9	2,8	57,2	51,0	44,1	40,0
	20-30	нет	1,3	нет	3,0	нет	55,7	нет	47,9
Т.4 устье р. Чири*	0-5	0,7	0,5	2,5	2,1	72,4	77,3	27,2	41,1
	10-20	0,8	0,6	2,1	1,9	61,8	69,1	29,3	43,0
	20-30	0,8	0,8	2,4	2,2	66,2	62,2	35,3	34,7
Т.6 устье р. Челюш*	0-5	0,5	0,4	2,5	2,3	80,0	83,3	45,7	49,4
	10-20	0,8	0,8	2,8	2,8	72,3	70,6	37,2	35,6
Т. 8 устье р. Кокши*	0-5	1,2	0,7	2,5	2,5	50,3	70,6	25,6	48,2
	10-20	0,9	0,9	2,9	2,6	69,4	63,1	38,4	39,3
	20-30	0,8	1,1	2,6	3,9	67,3	71,2	49,3	47,6
Т.11 устье р. Корбу*	0-5	0,5	нет	2,1	нет	74,8	нет	51,6	нет
	10-20	0,5	0,6	2,1	2,4	77,1	75,9	37,7	41,6
Т.14 устье р. Чеченек*	0-5	0,9	0,8	2,7	2,6	66,9	68,2	24,3	27,9
	10-20	0,7	0,9	2,4	2,4	68,8	63,4	40,6	30,7
	20-30	0,8	0,8	2,4	2,4	64,6	65,2	34,7	31,1
Т.16 устье р. Тевенек	0-5	0,2	0,3	2,0	3,0	88,4	89,2	54,8	57,5
	10-20	нет	0,6	нет	1,9	нет	69,4	нет	37,8
Т.5 устье р. Бол.Чили	0-5	0,7	0,8	1,8	2,4	61,1	68,6	19,6	32,5
	10-20	0,5	0,7	2,4	2,4	78,5	71,1	60,8	40,8
	20-30	1,3	1,2	3,1	2,7	58,5	57,1	40,8	36,7
Т.7 устье р. Мал.Чили	0-5	0,4	0,6	2,4	2,3	83,2	73,6	47,1	36,5
	10-20	1,4	нет	2,1		34,1	нет	24,4	нет
Т.15 устье р. Самыш	0-5	0,6	0,6	2,5	2,5	76,6	77,4	48,4	47,6
	10-20	0,8	0,8	2,3	2,2	65,5	62,4	39,5	22,5
	20-30	0,9	1,0	2,0	2,3	54,2	58,0	31,5	18,1

*- территория Алтайского государственного биосферного заповедника

Влияние рекреации на плотность твёрдой фазы почвы определялось соотношением содержания минеральной и органической частей. Влияние рекреации на общие физические свойства прослеживалось до глубины 20-30 см, но наибольшие изменения были отмечены в верхнем 0-5 см слое.

Наиболее объективным показателем для определения рекреационного влияния на почву является твердость. Твердость – это сопротивление почвы проникновению в нее тела (металлического плунжера) определенной формы, мера механической проницаемости почв [3]. Твердость почвы под влиянием туристско-рекреационной деятельности изменяется заметнее, чем другие физические свойства [4, 5, 6, 7]. Результаты определения твердости почвы представлены на рисунке 1. Твердость почвы на тропе была выше, чем возле тропы в 1,5 (устье р. Чулышман) - 5,2 раза (водопад Корбу).

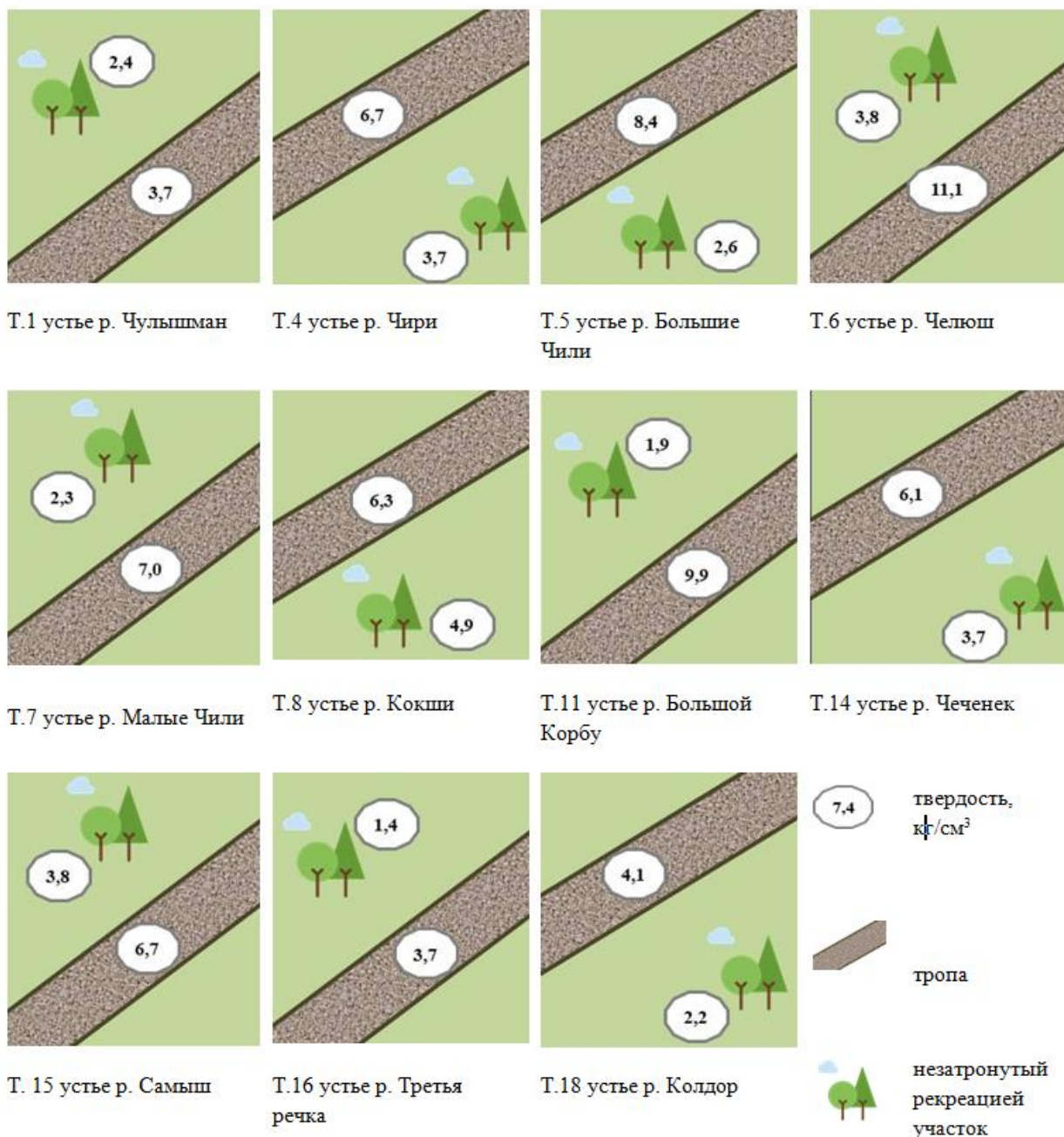


Рисунок 1 – Влияние туристско-рекреационной деятельности на твердость почвы, кг/см³

В наших исследованиях рекреационная нагрузка не оказала влияния на агрегатный состав почвы, что отразилось и на водно-физических свойствах. Агрегатный состав или

структура почв относится к показателям долгосрочной диагностики нарушений почвообразования при рекреационном воздействии. Оценка его необходима для сравнения с ненарушенными почвами, как исходная характеристика. Под агрегатным составом почвы понимают совокупность агрегатов или структурных отдельностей различной величины, формы, пористости механической прочности и водопрочности. Агрегаты диаметром больше 0,25 мм называются макроагрегатами, мельче 0,25 мм – микроагрегатами. Ценными являются агрегаты с размером от 0,25 до 10 мм, обладающие пористостью и водопрочностью, такая структура обуславливает наиболее благоприятный водно-воздушный режим почвы. Показатели долгосрочной диагностики нарушений формируются в результате относительно длительных однонаправленных процессов и поэтому требуют измерений через 10 лет и более. Полученные результаты исследований не совпадают с литературными [8]. Поэтому необходимо продолжить изучение процессов, происходящих под влиянием рекреации.

Водопроницаемость почвы варьировала от хорошей до удовлетворительной. Почвой тропы поглощалось 36,3% приливаемой воды и фильтровалось 63,7%, почвой в ненарушенном состоянии соответственно 56,7 и 43,3%.

Таким образом, влияние туристско-рекреационной деятельности привело к изменению показателей долгосрочной диагностики изменений свойств почв: увеличению плотности, твердости, снижению пористости и воздухообеспеченности почвы. Влияние рекреации на общие физические свойства прослеживалось до глубины 20-30 см, но наибольшие изменения были отмечены в верхнем 0-5 см слое. На агрегатный состав почвы рекреация на момент проведения исследований не оказала.

Работа выполнена в рамках государственного задания ИВЭП СО РАН (номер гос. регистрации 121031200177-1) при финансовой поддержке РФФИ и Республики Алтай в рамках научного проекта № 20-45-040018 p_a.

Библиографический список

1. Транова, Т. М. Предпосылки и перспективы формирования туристско-рекреационного кластера в окрестностях Телецкого озера Республики Алтай / Т. М. Транова // Геополитика и экогеодинамика регионов. – Том 7 (17). – Вып. 1. – 2021. – С. 183–192.
2. Гришина, Л. А. Организация и проведение почвенных исследований для экологического мониторинга / Л. А. Гришина, Г. Н. Копчик, Л. В. Моргун. – Москва : Изд-во МГУ, 1991. – 82 с.
3. Медведев, В. В. Твердость почв / В. В. Медведев. – Харьков : «Городская типография», 2009. – 152 с.
4. Бганцова, В. А. Влияние рекреационного пользования на некоторые свойства почв сложных сосняков и березняков / В. А. Бганцова // Природные аспекты рекреационного использования леса. – Москва : Наука, 1987. – С. 102–108.
5. Лысиков, А. Б. Особенности техногенного загрязнения лесной почвы / А. Б. Лысиков // Актуальные проблемы лесного комплекса. – 2013. – № 35. – С. 68–72.
6. Лысиков, А. Б. Влияние рекреации на почву лиственных насаждений серебряноборского опытного лесничества / А. Б. Лысиков, Т. Н. Судницына // Лесоведение. – 2008. – № 3. – С. 47–56.
7. Егоров, А. Г. Изменение твердости почв прибрежных территорий среднего течения реки Томи в условиях рекреационного воздействия / А. Г. Егоров // Современные проблемы науки и образования. – 2010. – № 2. – С. 9–14.
8. Кузнецов, В. А. Влияние рекреации на лесные городские ландшафты (на примере национального парка «Лосиный остров» г. Москвы) / В. А. Кузнецов, Г. В. Стома // Вестник Московского университета. Серия 17. Почвоведение. – 2013. – № 3. – С. 27–33.

**Основные тенденции развития экономики Улытауской области
Республики Казахстан**

Салауатова Динара Муслимовна

*PhD, постдокторант Карагандинского университета Казпотребсоюза, г.Караганды,
Республика Казахстан
di_kz010@mail.ru*

Аннотация. Для некоторых регионов Казахстана характерна монопрофильность регионов, проблемы которых обостряются во время кризисных явлений. Усиление одноотраслевого характера экономики основано на эксплуатации сырьевых ресурсов. В данной статье изучается структура экономики Улытауского региона и одним из перспективных направлений диверсификации экономики региона определена отрасль туризма.

Ключевые слова: экономика, Улытауская область, Республика Казахстан, отрасль туризма, диверсификация экономики.

**Main trends in the development of the economy of the Ulytau region
of the Republic of Kazakhstan**

Salauatova Dinara

*PhD, postdoctoral student, Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda, Republic of
Kazakhstan
di_kz010@mail.ru*

Annotation. Some regions of Kazakhstan are characterized by monoprofile regions, the problems of which are exacerbated during the crisis. Strengthening the single-industry nature of the economy is based on the exploitation of raw materials. In this article, the structure of the economy of the Ulytau region is studied and one of the promising areas for diversifying the region's economy is the tourism industry.

Keywords: economy, Ulytau region, Republic of Kazakhstan, tourism industry, economic diversification.

Указом Президента Республики Казахстан от 3 мая 2022 года № 887 «О некоторых вопросах административно-территориального устройства Республики Казахстан» образована область Улытау (Улытауская область), территория которой занимает 7% территории страны [1]. Область включает 3 города областного значения: Жезказган, Каражал, Сатпаев; 2 района: Жанааркинский, Улытауский и 72 сельских населенных пункта.

В Улытауской области имеется ряд проблемных вопросов, на решение которых направлено данное исследование: слабая диверсификация экономики области, зависимость от крупных предприятий. Экономику области определяет промышленность. Важнейшей отраслью является металлургический комплекс с удельным весом более 90%, уровень развития которой является главным индикатором ее социально-экономического состояния и стабильного социального климата. Промышленный потенциал области определяют крупные, средние и малые предприятия обрабатывающего и добывающего секторов экономики.

Основная доля сосредоточена в производстве цветных и редкоземельных металлов. В области расположен крупнейший производитель меди в Казахстане – ТОО Корпорация «Казахмыс» с полным циклом производства: от добычи руды до производства готовой продукции, где занята треть жителей региона. История зарождения Корпорации относится к 1992 году [2]. В промышленности региона действуют 240 предприятий (14 крупных, 9 средних и 158 малых), в т.ч. 3 системообразующих, на долю которых приходится более 90%

промышленного производства области. По итогам 2022 года объем производства промышленной продукции составил 959,6 млрд.тенге или 113,9 % к соответствующему периоду 2021 года [3].

По статистическим данным на 1 декабря 2022 года в области насчитывалось 2766 юридических лиц. По сравнению с соответствующим периодом прошлого года их число увеличилось на 0,6% (таблица 1).

Таблица 1 – Количество зарегистрированных юридических лиц на конец года в Улытауской области, единиц

	Улытауская обл.	г.Жезказган	г.Каражал	г.Сатпаев	Жанааркинский р-н	Улытауский р-н
2000	1518	929	164	201	112	112
2005	1631	1101	152	178	112	88
2010	2084	1401	163	255	147	118
2015	2412	1615	145	349	174	129
2020	2747	1760	154	480	210	143
2021	2766	1760	155	497	206	148

Примечание – составлено на основе данных Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан <https://stat.gov.kz/region/77208140>

Из общего числа зарегистрированных юридических лиц 2472 субъекта являются действующими, в том числе 1138 активно осуществляют деятельность. В сравнении с соответствующим периодом прошлого года количество активнорядствующих юридических лиц увеличилось на 8,4% [3]. Основная доля зарегистрированных юридических лиц сосредоточена в областном центре - городе Жезказган.

В общем количестве зарегистрированных юридических лиц наибольшую долю составляют юридические лица частной формы собственности - 83,1%, государственной - 15,7%, иностранной - 1,2%. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года количество юридических лиц иностранной формы собственности увеличилось на 25%, государственной - на 16,2%, частной - на 1,6%.

Основная доля зарегистрированных субъектов являются малыми предприятиями (96,7%). Удельный вес средних и крупных предприятий составил 2,3% и 1% соответственно.

Значительная доля юридических лиц зарегистрирована в сфере торговли (23,4%), в строительстве (15,8%) и предоставлении прочих видов услуг (10,4%). По другим видам экономической деятельности доля зарегистрированных юридических лиц колеблется от 0,7% до 7,7% (таблица 2).

Таблица 2 – Зарегистрированные юридические лица по видам деятельности в Улытауской области в 2022 году (на 01.12)

	Улытауская обл.	г.Жезказган	г.Каражал	г.Сатпаев	Жанааркинский р-н	Улытауский р-н
Всего, единиц	2 887	1 867	154	511	209	146
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	65	21	4	8	20	12
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	47	32	5	2	2	6
Обрабатывающая промышленность	150	102	8	28	9	3
Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	21	13	2	-	3	3
Водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	23	11	4	3	1	4
Строительство	457	331	27	69	15	15
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	677	516	23	114	16	8
Транспорт и складирование	67	48	8	9	1	1
Предоставление услуг по проживанию и питанию	26	19	-	7	-	-
Информация и связь	33	21	3	7	1	1
Финансовая и страховая деятельность	31	21	1	4	4	1
Операции с недвижимым имуществом	127	94	3	28	2	-
Профессиональная, научная и техническая деятельность	124	102	1	9	9	3
Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания	172	82	9	67	10	4
Государственное управление и оборона; обязательное социальное обеспечение	223	92	22	26	43	40
Образование	213	89	14	41	42	27
Здравоохранение и социальное обслуживание населения	66	40	4	14	6	2
Искусство, развлечения и отдых	66	37	5	10	7	7
Предоставление прочих видов услуг	299	196	11	65	18	9
Примечание – составлено на основе данных Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан https://stat.gov.kz/region/77208140						

По состоянию на 1 декабря 2022 года в области зарегистрировано 16455 субъектов индивидуального предпринимательства, в том числе в форме личного предпринимательства - 16286, совместного предпринимательства – 169 [3].

Основная часть субъектов индивидуального предпринимательства зарегистрирована в сфере торговли (35%), сельского, лесного и рыбного хозяйства (20,5%) и предоставления прочих видов услуг (19,1%) [3].

Пространственная организация экономики Улытауской области характеризуется монофункциональностью, а чрезмерная зависимость от сырьевых рынков в долгосрочной перспективе, так или иначе, порождает угрозу торможения социально-экономического развития региона.

Главной целью развития области будет являться диверсификация экономики с созданием условий для устойчивого роста экономики, способствующей реализации конкурентных преимуществ области и повышению качества жизни населения.

Весьма перспективным фактором, способным значительно повлиять на устойчивость региона, является диверсификация экономики и, в частности, развитие туризма.

Туристский потенциал Улытауского региона представлен историческими сакральными местами, природными и культурными ландшафтами. Улытау является местом развития паломнического, культурно-познавательного, этнографического, экологического, медицинского, космического туризма.

Горы Улытау во все времена привлекали внимание степняков. Вершиной горного оазиса является Аулиетау – священная гора, место паломничества туристов. По поверью местного населения, вершина Улытау находится ближе к небу, именно там встречаются Небо и Земля, поэтому издревле гора считалась сакральным местом, обителью Бога и духов, местом постоянно действующих священных сил, ритуального поведения, связи человека с природой. История сакрализации Улытау уходит в далекую древность. Подтверждение тому археологические памятники вокруг горы: многочисленные стоянки эпохи камня и бронзы, ритуальные сооружения эпохи ранних кочевников – курганы, тюркские поминальные ограды, ритуальные каменные башни, заповедные ханские территории и могилы семи святых и исторических личностей.

Улытау – это исторический центр казахского народа, центр кочевой культуры степной цивилизации. Это место священо для казахов. Именно здесь много веков назад поднимали на белой кошке провозглашенных правителей, сюда стекались тысячные воска трех казахских жузов. Здесь была ставка Жоши хана – старшего сына великого Чингизхана, отсюда начинал свой завоевательный поход на восток Батый хан.

Здесь проходили великие события национальной истории, связанные с образованием Казахского ханства и государственности.

В Улытау воздвигнуты мавзолеи одних их основателей тюркоязычных племен Жоши хана и Алаш хана. Здесь же погребены хан Золотой Орды Тохтамыш, великий полководец Орды, эмир Едыге, имена которых увековечены в устном народном творчестве Алтая, Урала, Крыма, Северного Кавказа и Узбекистана. На каменной плите Улытауской горы Алтыншоки оставил память о своем пребывании здесь весной 1391 года великий Тамерлан.

Памятники Улытау восходят к эпохам палеолита и неолита. Здесь обнаружены многочисленные стоянки первобытных людей, их орудия труда. На берегу реки Каракенгир найдена крупнейшая в Казахстане мастерская эпохи бронзы – поселения, некрополи, богатые захоронения древней культуры. В 7 км к северу от мавзолея Жоши хару расположено ритуальное сооружение Домбаул, которое относится к огузо-кипчакскому времени (8-9 вв.).

Местные реки и родники славятся целебными свойствами: Тасбулак, Кумисбулак и др.

В список 100 сакральных мест Казахстана вошел пик Акмешит, расположенный в 2 км от с.Улытау. Пик Акмешит это самая высокая точка горного хребта Улытау – 1131 км. На горе Акмешит находится пещера Аулиеунгир, где согласно легенде получил откровение Заратуштра. История это пещеры берет начало с периода энеолита, а местные легенды связаны с «чудом-пещеры», которое укрывало войско казахов от врагов.

На территории функционирует Национальный природный парк Улытау. В сакральную географию Казахстана вошли петроглифы в Улытау, которые относятся к эпохе ранней бронзы и найдены в Теректы у реки Байконур урочища Тамды и Жыланшык, Зынгыртас; петроглифы Байконур – расположены у реки Байконур и Билеути. Насчитывается более тысячи стен наскальных рисунков. На сопках Теректы также есть пещеры, колодец с неиссякаемой водой, алтарь жертвоприношения. Это является одним из мест для паломников [4].

В Улытау есть перспективы и для развития космического туризма. У Улытауских гор Акжар марсианский окрас почвы, на ландшафте необыкновенная экосистема. Марсианский маршрут на Акжар гармонично дополняется местами памяти космического ландшафта Жезказган-Улытауского региона – памяти монументального искусства по теме космоса, «Зал истории космонавтики» Жезказганского историко-археологического музея, измерительные пункты в Теректы, Байконур, места падения космических кораблей, пустыня Кызылкия с разноцветными песками.

На территории области расположен музей горного и плавильного дела – Жезды, по одноименному названию поселка в котором расположен. История поселка Жезды связана с добычей марганцевой руды. Во время II Мировой войны фашисты захватили город Никополь в Украине – центр добычи марганца в СССР, являющегося одним из основных составляющих брони. В июле 1992 г неподалеку от реки Жезды открыли рудник с марганцем, при котором образовалось поселковое поселение для рабочих и строителей. В годы войны Жездинское месторождение выдавало более 70% всех марганцевых руд страны.

Музей Жезды единственный в Казахстане и Средней Азии музей такого профиля, где посетители могут познакомиться с историей становления и развития горнорудного дела и металлургии с глубокой древности до наших дней. Здесь представлены также экспонаты под открытым небом: горнорудная техника разных времен.

Как свидетельствует принятие ряда государственных программных документов, диверсификация является одной из основных целей развития экономики государства. Следовательно, для ее реализации необходимы действенные механизмы управления распределением ресурсов региональных систем и экономики в целом, что предполагает необходимость разработки механизма диверсификационно-ориентированного управления устойчивым развитием региона, позволяющего реализовывать мероприятия по формированию институциональных условий и стимулов к модернизации экономики и вовлечению экономико-ресурсного потенциала в диверсификационно-ориентированные стратегии регионального роста.

Таким образом, преимущественным направлением модернизации монопрофильности Улытауской области является диверсификация экономики, включающая структурную перестройку, развитие новых отраслей в регионе, создание новых предприятий и модернизацию имеющихся, что позволит решить проблемы зависимости от горно-металлургической отрасли.

Данное исследование финансируется Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (ИРН АР14972652).

Библиографический список:

1. О некоторых вопросах административно-территориального устройства Республики Казахстан : Указ Президента Республики Казахстан от 3 мая 2022 года № 887. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U2200000887> (дата обращения: 03.04.2023).
2. ТОО Корпорация «Казахмыс» : официальный сайт. – URL: http://kazakhmys.crealog.kz/ru/about_1 (дата обращения: 03.04.2023).
3. Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан : официальный сайт. – URL: <https://stat.gov.kz/region/77208140> (дата обращения: 03.04.2023).
4. Улытау (Великие горы) // Visitkazakhstan.kz : [сайт]. – URL: <https://visitkazakhstan.kz/ru/guide/places/view/435/> (дата обращения: 03.04.2023).

Увеличение туристического потока и его влияние на деятельность регионального оператора в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами**Клепикова Наталья Ивановна**

*Горно-Алтайский государственный университет,
доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
кандидат экономических наук
natalia2500@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматривается влияние увеличения численности туристов на деятельность регионального оператора в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами. Анализируется действующее законодательство, предлагаются варианты решения проблем регионального оператора, связанной с увеличением твердых коммунальных отходов.

Ключевые слова: региональный оператор, твердые коммунальные отходы, туристический поток, туристы.

Increasing the tourist flow and its impact on the activities of the regional operator in the field of municipal solid waste management**Klepikova Natalia**

*Gorno-Altai State University
natalia2500@yandex.ru*

Annotation. The article discusses the impact of an increase in the number of tourists on the activities of a regional operator in the field of municipal solid waste management. The current legislation is analyzed, options for solving the problems of the regional operator associated with the increase in municipal solid waste are proposed.

Keywords: regional operator, municipal solid waste, tourist flow, tourists.

Привлекательность региона для туристов обеспечивается созданием множества условий для комфортного пребывания туристов на данной территории. К одним из таких условий относится решение «мусорного вопроса». Независимо от уровня экологического воспитания каждый человек желает отдыхать на чистой территории, а не смотреть на несанкционированные свалки и разбросанный мусор.

Сбор, транспортирование, обработка, утилизация, обезвреживание, захоронение твердых коммунальных отходов на территории субъекта Российской Федерации обеспечиваются одним или несколькими региональными операторами в соответствии с региональной программой в области обращения с отходами и территориальной схемой обращения с отходами (статья 24.6.1. Федерального закона от 24.06.1998 года № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (далее – Федеральный закон № 89-ФЗ). Накопление, сбор, транспортирование, обработка, утилизация, обезвреживание, захоронение твердых коммунальных отходов осуществляются в соответствии с Правилами обращения с твердыми коммунальными отходами, утвержденными Правительством Российской Федерации от 12.11.2016 № 1156.

Оказание услуги по обращению с твердыми коммунальными отходами региональным оператором в соответствии со статьей 24.8 Федерального закона № 89-ФЗ относится к видам деятельности, подлежащим регулированию. Тарифы на услуги регионального оператора устанавливаются органом регулирования - исполнительным органом субъекта Российской Федерации, осуществляющим государственное регулирование тарифов (в Республике Алтай – Комитетом по тарифам Республики Алтай), в соответствии с Основами ценообразования в области обращения с твердыми коммунальными отходами, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 30.05.2016 г. № 484.

В пункте 2 Правил разработки, общественного обсуждения, утверждения, корректировки территориальных схем в области обращения с отходами производства и потребления, в том числе с твердыми коммунальными отходами, а также требования к составу и содержанию таких схем, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 22.09.2018 г. № 1130 определено понятие «источник образования отходов». «Источник образования отходов» - объект капитального строительства или другой объект, а также их совокупность, объединенные единым назначением и (или) неразрывно связанные физически или технологически и расположенные в пределах одного или нескольких земельных участков, на которых образуются отходы.

То есть источники образования отходов неразрывно связаны с земельным участком. Именно на земельном участке образуются отходы, а собственники земельных участков несут ответственность за организацию из своевременного вывоза, и оплачивают региональному оператору вывоз ТКО.

Всего источников образования отходов два: физические лица (население) и юридические лица, осуществляющие деятельность на территории Республики Алтай. Туристы образуют отходы на территории Республики Алтай, но как категория, не соответствует понятию «Источники образования отходов» – региональный оператор не может предъявить туристу плату за вывоз ТКО.

Если туристы отдыхают на турбазах, проживают в гостиницах и т.д., то этот объем отходов учитывается по юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (турбазы, турагенты, гостиницы и т.д.), так как именно они собирают ТКО от проживающих там туристов и оплачивают за вывоз данного ТКО. Если контейнеры расположены в общественных местах – оплату осуществляют органы местного самоуправления (так как общественные места расположены на земельных участках, принадлежащих муниципальному образованию). Автономным учреждением «Кызыл-Озек-Сервис» коммерческий учет объемов ТКО с юридическими лицами осуществляется по фактическим объемам.

Проблема для регионального оператора на территории Республики Алтай, как на территории туристического региона, в другом. Часть туристов не использует официальные места проживания, а останавливается в так называемых «сельских» или «гостевых» домах. А вот собственники таких «гостевых» домов, принимая туристов, не желают нести дополнительные расходы и оплачивать ТКО. Мусор от проживающих в их доме туристов просто относят на контейнерные площадки, которые предназначены для лиц, проживающих в индивидуальных жилых домах. В итоге возникает переполнение контейнерных площадок, и региональный оператор вынужден увеличивать периодичность в 2-3 раза. Но предъявить затраты на вывоз дополнительного объема ТКО не кому – за вывоз твердых коммунальных отходов собственники (либо постоянно проживающие лица) платят по нормативу и тарифу, установленному Комитетом по тарифам Республики Алтай на каждого проживающего жителя. То есть плата за вывоз ТКО фиксированная в течение года.

По информации, размещенной на официальном сайте Министерства природных ресурсов, экологии и туризма Республики Алтай, всего в Республике Алтай на 31.12.2021 года 395 коллективных средств размещения, в которых 17 698 мест, из них 9 716 круглогодичных мест (55% от общего количества). Количество мест единовременного размещения туристов в сельских «зеленых» домах составило 3 575 мест, из них круглогодичных мест – 1 462 (40,1% от общего количества).

Также на официальном сайте Министерства природных ресурсов, экологии и туризма Республики Алтай размещена динамика туристического потока по муниципальным образованиям РА в 2020 году. Всего, по расчетным данным, в 2020 году Республику Алтай посетили 2 200 тыс.человек, в 2021 году – 2 186 тыс.человек. В 2022 году количество туристов, отдыхающих в Республике Алтай, увеличилось почти на 70% по сравнению с прошлым годом - до 3,7 млн. человек [1].

Ни один из собственников гостевых домов не заключил договор на вывоз ТКО с региональным оператором. Механизмы понуждения законодательно отсутствуют. Даже если в 2ГИС дом значится как гостевой дом, размещены фотографии, указано количество мест, отзывы и т.д., то собственники таких домов все равно отказываются от факта, что они занимаются предоставлением услуг гостевого дома.

Всего ежегодно региональный оператор получает около 15 млн.руб. убытков за счет вывоза ТКО дополнительных объемов ТКО с контейнерных площадок, так как предъявить этот дополнительный объем некому.

Считаем, что вышеуказанную проблему возможно решить путем введения курортного сбора.

Представитель правительства Республики Алтай в Совете Федерации Владимир Полетаев подготовил законопроект, предполагающий включение региона в эксперимент по взиманию с отдыхающих курортного сбора и направление части собранных средств на решение проблемы остающегося от туристов мусора [2]. «Алтай весь погряз в туристическом мусоре», — сказал Полетаев. Он сообщил, что получает многочисленные обращения от жителей республики по этому вопросу.

В пояснительной записке отмечено, что поток отдыхающих создает большую антропогенную нагрузку как на экосистему региона, так и на местную инфраструктуру. В результате такой нагрузки наносится значительный ущерб экологии региона, создаются несанкционированные свалки и перегруженные места сбора мусора. Проектом федерального закона предусматривается расширение перечня объектов, включенных в понятие курортной инфраструктуры – объектами курортной инфраструктуры предлагается считать также объекты культурного наследия народов Российской Федерации, а также объекты системы коммунальной инфраструктуры, используемые для обращения с отходами производства и потребления. Отмечается, что проект федерального закона позволит создать в Республике Алтай и других субъектах Российской Федерации благоприятные условия для устойчивого развития сферы туризма, в том числе, посредством обеспечения экологической безопасности на территории курортов.

Со стороны регионального оператора принятие вышеуказанного проекта будет способствовать нормализации его деятельности и предоставлению качественной коммунальной услуги в постоянном режиме.

Библиографический список

1. Количество туристов на Алтае в 2022 году выросло почти на 70% в сравнении с прошлым годом // Информационное агентство ТАСС : [сайт]. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/15761955> (дата обращения: 03.04.2023 года).
2. Разработан законопроект о курортном сборе для Республики Алтай // Новости Горного Алтая : [сайт]. – URL: <https://www.gorno-altaisk.info/news/119748> (дата обращения: 03.04.2023 года).
3. Туризм в цифрах (итоговые данные за несколько лет). – Текст : электронный // Министерство природных ресурсов, экологии и туризма Республики Алтай : официальный сайт. – URL: <https://mpr-ra.ru/razvitie-turizma-v-respublike-altaj/turizm-v-tsifrakh-itogovye-dannye-za-neskolko-let> (дата обращения 03.04.2023 года).
4. Об отходах производства и потребления : Федеральный закон № 89-ФЗ [принят Государственной думой 22 мая 1998 года : одобрен Советом Федерации 10 июня 1998 года]. – URL: <https://base.garant.ru/12112084/> (дата обращения 03.04.2023 года).

7 Состояние и особенности развития сельского туризма в регионе

УДК:338.48

Органический сельский туризм: потенциал развития в условиях современной реальности

Глотова Наталья Ивановна

*доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и аудита, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
niglotova@inbox.ru*

Аннотация. Современный туризм ежегодно претерпевает все больше изменений, которые характеризуются трансформацией форм и видов деятельности. В статье проводится анализ состояния туристической отрасли в России. Отмечено, что в условиях современной реальности в разрезе регионов наметились главные тренды в его развитии, одним из которых выступает органический сельский туризм, благодаря которому повышается конкурентоспособность продукции, решая целый ряд экологических проблем. Аргументирована необходимость сохранения государственной поддержки внутреннего туризма с целью более полноценного использования имеющегося потенциала.

Ключевые слова: внутренний туризм, валовой внутренний продукт, туристский поток, пандемия, органический сельский туризм, органическое сельское хозяйство, Алтайский край, малые формы хозяйствования, диверсификация.

Organic rural tourism: development potential in conditions of modern reality

Glotova Natalia

*Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Auditing,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Altai State Agrarian University, Barnaul
niglotova@inbox.ru*

Annotation. Modern tourism annually undergoes more and more changes, which are characterized by the transformation of forms and activities. The article analyzes the state of the tourism industry in Russia. It is noted that in the conditions of modern reality, in the context of regions, the main trends in its development have been outlined, one of which is organic rural tourism, which increases the competitiveness of products, solving a number of environmental problems. The need to maintain state support for domestic tourism in order to make better use of the existing potential is argued.

Keywords: domestic tourism, gross domestic product, tourist flow, pandemic, organic rural tourism, organic agriculture, Altai Krai, small farms, diversification.

Стратегия развития туризма в России предполагает, что к 2035 г. россияне должны путешествовать в три раза чаще, а туризм должен обеспечить не менее 6% валового внутреннего продукта (ВВП) страны [1]. На данный момент туристическая активность россиян достаточно низкая. Пандемия и спецоперация на территории Украины практически остановили выездной туризм в России. Сегодня для большинства россиян турпутевки это недостаточно доступный продукт, который не имеет стимулов для путешествий.

Результаты проведенных исследований показывают, что, несмотря на происходящие события, туристский сектор России сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в развитии экономики [5, 6]. По данным Комитета по туризму Организации экономического сотрудничества и развития, в последние годы отрасль формирует 4% ВВП страны и 0,7 процента общей численности занятых, что значительно ниже, чем в ряде развитых стран мира. При этом валовая добавленная стоимость в сфере

туризма в России в 2021 году значительно возросла по отношению к предшествующему периоду, составив 3261210,824 млн руб. (рисунок 1).

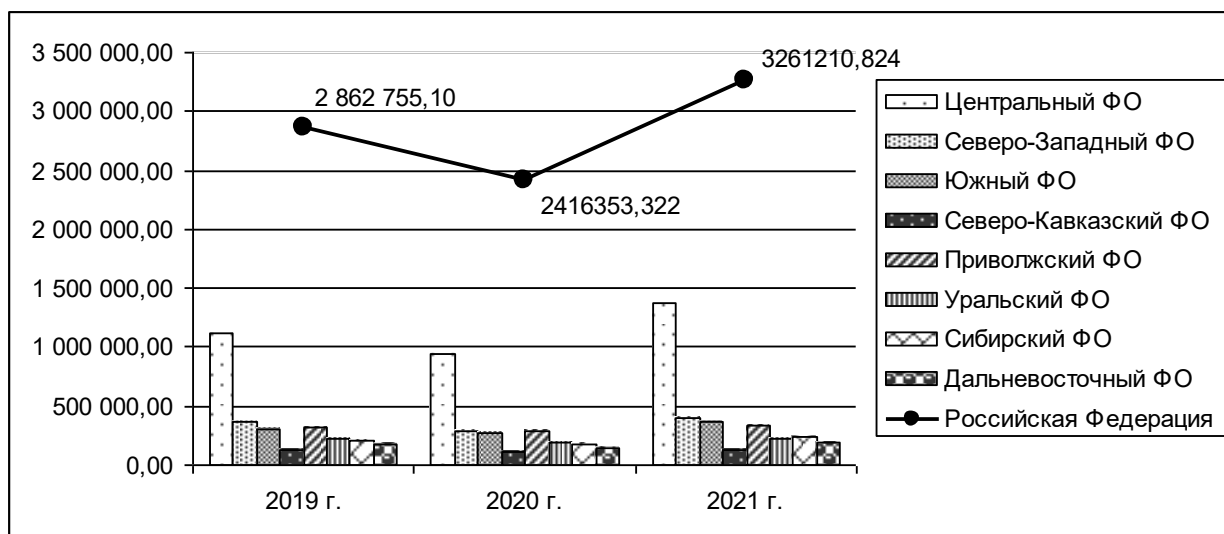


Рисунок 1 – Валовая добавленная стоимость туристской индустрии Российской Федерации за 2019-2021 гг., млн руб. [7]

Коронавирусные ограничения в сочетании с изменениями реальности заставили индустрию туризма быстро меняться. В результате сформировалось несколько заметных трендов, которые, скорее всего, останутся актуальными и в обозримом будущем. В числе главных можно отметить смешанные путешествия, или «bleisure» – работа плюс отдых. Сюда можно отнести и «workations» (рабочие каникулы) или «work from anywhere» (возможность работать из любого места). Кроме того, ожидается рост предложений, основанные на здоровом образе жизни (ЗОЖ) – это спорт, велнес и экотуризм. Будет пользоваться популярностью и туризм, основанный на природных красотах – приключенческий туризм, экотуризм, а также пляжный отдых. В 2023 году на его долю придется 57% всех туристических пакетов по всему миру.

Отдельно хочется остановиться на агротуризме, новый виток распространения которого в России обусловлен развитием органического сельского хозяйства. Теперь туристы, увлеченные здоровым образом жизни и заботой об экологии, хотят не просто увидеть сельские пейзажи, но и окунуться в тему: получить необычные и полезные знания об органическом производстве и в итоге становятся приверженцами органической продукции.

Начало активного развития агротуризма и органического сельского хозяйства приходится на конец 50-х – 60-е годы, обеспечивая ежегодный прирост объема рынка на уровне 10-11%. При этом стоит отметить страны Европы, которые преуспели в этом направлении: Франция, Англия и Германия (рисунок 2).

Начало активного развития агротуризма: конец 50-х – 60-е годы	↔	Начало активного развития органического сельского хозяйства: конец 50-х – 60-е годы
В целом в странах Европы ежегодный прирост «агротуристов»: более 10%	↔	В целом в странах Европы ежегодный прирост объема рынка органических продуктов: 11,12%
В странах Европы около 500 тыс. хозяйств организует агротуристический бизнес	↔	В странах Европы около 500 тыс. хозяйств занимается органическим сельским
Страны Европы с наиболее развитым агротуризмом: Франция – 35 тыс. ферм с мини-отелями и постоянными дворами; Англия – фермы с отелями на 120 тыс. мест; Германия – 20 тыс. мест с гостиницами	↔	Страны Европы с наиболее развитым органическим сельским хозяйством: Франция – 11,2 млрд \$ (18%); Англия – 2,6 млрд \$ (9%); Германия – 12 млрд \$ (30%)

Рисунок 2 – Этапы развития агротуризма и органического сельского хозяйства

Сегодня можно с уверенностью сказать, что инфраструктура развития производства органической продукции в России достаточно активно формируется. В нашей стране доля органического рынка составляет пока чуть более 1%. Органическую сельхозпродукцию производят в 46 регионах, лидерами являются Воронежская область, Краснодарский край и Московская область. Производители органики видят большой запрос на агротуризм как вид активного и познавательного отдыха и планируют серьезно развивать это направление. Эксперты туристического рынка считают, что ниша сельского туризма в России вырастет к 2030 году в 7 раз [2].

Проведенный обзор показал наличие положительной практики в том направлении. Так, например, Углич, один из городов Золотого кольца, который всегда привлекал туристов с точки зрения своей богатой истории, но теперь здесь появилось и еще одно интересное направление туризма: посещение органической фермы «Головино» сельскохозяйственного холдинга «АгриВолга». В компании подхватили тренд чрезвычайной популярности агротуризма и тяги людей к земле, к природе. Любой желающий (индивидуальные туристы, семьи, группы) могут побывать на производстве органики и, конечно, продегустировать продукцию.

Проект «История в Богимово» в Калужской области (производит молочную продукцию и сыры) изначально задумывался как социальный (создание реабилитационного центра для детей и восстановление усадьбы Богимово), но в ходе реализации появилось еще одно направление: органическое производство.

Био-Хутор «Петровский» (Ростовская область) начал развивать агротуризм с 2021 года, получая постоянный запрос от туристических фирм. Гости узнают особенности разных зерновых культур и разбираются, почему органическая продукция лучше обычной.

Алтайский край занимает седьмое место. В нашем регионе есть большой потенциал для развития этого направления. Предприятия-переработчики заинтересованы в закупке такого сырья и продвижении его на рынке. В числе основных рынков он назвал Турцию, Объединенные Арабские Эмираты, Саудовскую Аравию, Израиль и Китай. На сегодняшний день в регионе пока только четыре компании имеют сертификат для производства

органической продукции. Одним из ярких примеров выступает ООО «Курай Агро Плюс» – лидер по производству органической сельхозпродукции в Алтайском крае. Мы надеемся, что с каждым годом их число будет только расти, что будет способствовать, в том числе и развитию агротуризма.

Важно отметить наличие весомых предпосылок в пользу вышесказанного. Во-первых, речь идет о заметном повышении в Алтайском крае туристического потока в январе 2023 г. по отношению к аналогичному периоду 2022: рост составил 2,33 раза (рисунок 3). Во-вторых, регион обладает достаточным потенциалом для производства органик продукции благодаря наличию крестьянско-фермерских хозяйств и небольших организаций, которые согласно зарубежному и отечественному опыту, имеют высокий потенциал в этой области.

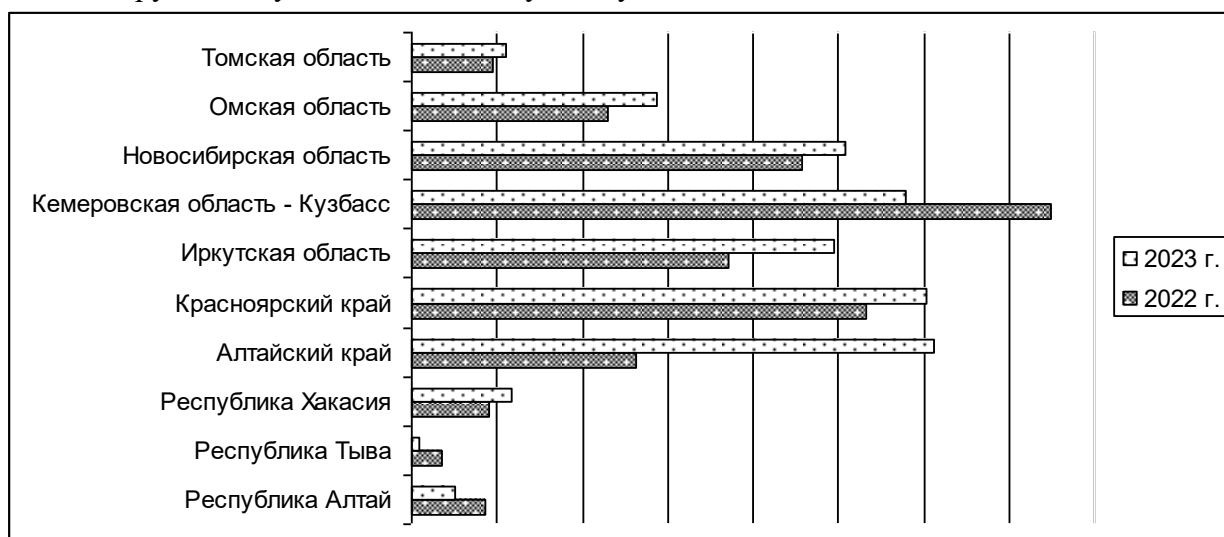


Рисунок 3 – Оценка туристического потока Сибирского федерального округа за 2022-2023 гг. (январь), ед. [7]

Для успешного функционирования органической отрасли центральным аспектом является вопрос доверия потребителя к производителям и качеству их продукции. Особенно остро ощущается эта необходимость на стадии становления рынка. В этот период потребитель плохо информирован о том, что именно подразумевается под выражением «органические продукты», чем они отличаются от обычных и почему стоят дороже. Как показывает практика, найти ответы на эти вопросы самостоятельно потребителю достаточно сложно. А доводы профессиональных экспертов порой непонятны и сложны для восприятия и малоубедительны. В данной ситуации считаем, что агротуризм позволяет сократить дистанцию, между фермером и его непосредственным потребителем. Посещение фермы дает возможность гостям насладиться органической едой там, где ее выращивают, и получить свой личный ответ на вопрос о ценности, которую вкладывает органический фермер в производство своего продукта для сохранения здоровья человека и экосистемы в целом.

Безусловно, туристический бизнес на аграрных объектах отличается сезонностью – обычно туристы едут отдыхать на сельские объекты летом или в период длинных праздничных выходных. Поэтому рассчитывать на непрерывный турпоток не получится. Кроме того, на туристов нужно выделять время: человеческий ресурс, много работать с ними самому фермеру, а это чревато выгоранием.

В тоже время, главный экономический плюс развития агротуризма, на наш взгляд, это рост спроса на продукцию. Погуляв по ферме, попробовав продукты и блюда из них, туристы всегда делают покупки. Еще одно важное преимущество в пользу туризма на агропроизводстве (оно вытекает из первого) – привлечение туристов повышает узнаваемость бренда компании. Приезжающие туристы и их впечатления – лучшая реклама как для самой продукции агропроизводства, так и для всего туристического направления [3].

Полагаем, что реализовать все преимущества туризма на агропредприятиях возможно только в том случае, если туристов удастся на эти объекты завлечь на постоянной основе, а не эпизодически.

При этом возможно использовать разные методы: включение объектов агротуризма в национальные и региональные туристические маршруты, использование грантов на установку знаков туристической навигации к своему объекту и другие. Так, например, в ответ на такой запрос бизнеса АО «Россельхозбанк» разработал комплексное решение проблемы продвижения – онлайн-платформу «Свое За городом» [4].

Основная задача платформы – популяризация агротуризма посредством продвижения сельского туризма и аграрных туров, соединяя сельхозпроизводителя, туроператора и туриста. На платформе представлены многодневные маршруты с посещением фермерских хозяйств, 1000 туров с мастер-классами, дегустациями, ярмарками, встречами с животными и т. д., однодневные туры на фермы, рейтинговая система ферм. Ежемесячно платформу посещает более 100 тыс. пользователей. При этом размещение на платформе своих объектов для фермеров – бесплатное. Платформа «Свое За городом» работает с фермами напрямую. Управление своей страницей фермер ведет через личный кабинет. Но также эта платформа содействует связи туроператора и фермера.

Резюмируя вышесказанное, нужно отметить, что посещение органических производств имеет свою специфику: это вид агротуризма, обогащенный возможностью получить дополнительные знания. Кроме того, на наш взгляд, одной из самых главных задач в данном случае выступает популяризация органики. Сегодня важно, чтобы как можно больше потребителей знали об органическом производстве и питании. И именно благодаря развитию туризма на органических фермах возможно достижение этой цели.

Библиографический список

1. Государственная программа «Развитие туризма» // Федеральное агентство по туризму : официальный сайт. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/gosudarstvennaya-programma-razvitie-turizma> (дата обращения: 22.03.2023).
2. Глотова, Н. И. Органическое сельское хозяйство России: состояние, тенденции, потенциал / Н. И. Глотова // Достижения и перспективы научно-инновационного развития АПК : сборник статей по материалам III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Курган, 2022. – С. 198–202.
3. Глотова, Н. И. Развитие туристической индустрии как инструмент формирования мультипликативного эффекта в экономике России / Н. И. Глотова // Актуальные проблемы технологии продуктов питания, туризма и торговли : материалы IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Нальчик, 2022. – С. 104–108.
4. Глотова, Н. И. Сетевые технологии - эффективный механизм реализации продукции малых форм хозяйствования / Н. И. Глотова, А. А. Майкова // Экономико-математические методы анализа деятельности предприятий АПК : материалы VI Международной научно-практической конференции (15 апреля 2022 г.). – Саратов : ООО «ЦеСАин», 2022. – С. 95–102.
5. Глотова, Н. И. Туристический бизнес России: состояние и направления трансформации / Н. И. Глотова // Туризм как фактор устойчивого развития региона : материалы Международной научно-практической конференции (10-11 февраля 2022 г.) / под общ.ред. Т. А. Куттубаевой, Н. И. Клепиковой. – Горно-Алтайск : БИЦ ГАГУ, 2022. – С. 10–15.
6. Муклаева, А. А. Современное состояние и перспективы развития туризма Республики Алтай / А. А. Муклаева // Вестник молодежной науки Алтайского государственного аграрного университета. – 2022. – № 1. – С. 98–102.
7. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 04.04.2023).

**Проблемы и перспективы развития сельского туризма
в предгорной зоне Алтая**

Барина Наталья Геннадьевна

*доцент кафедры гуманитарных дисциплин, кандидат педагогических наук, доцент,
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
Gipsy2114@gmail.com*

Гордиенко Оксана Николаевна

*ст. преподаватель кафедры управления, кандидат исторических наук,
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
o.gordienko@inbox.ru*

Аннотация. В статье представлен анализ природных и историко-культурных ресурсов предгорных территорий Алтайского края, способствующих активному развитию сельского туризма. Инновационным подходом к организации отдыха могут играть сельские жители, являясь носителями традиционных ценностей. Обращено внимание на ряд серьёзных проблем по сохранению культурного наследия, а также природного потенциала, что обеспечивает устойчивое развитие предгорных территорий.

Ключевые слова: сельский туризм, экскурсия, отдых, крестьянско-фермерские хозяйство, народные традиции

**Problems and prospects of development
of rural tourism in the foothills of the Altai region**

Barinova Natalia

*associate Professor of the Department of Humanitarian Disciplines, Candidate of Pedagogical
Sciences, Associate Professor, Altai State Agrarian University, Barnaul
Gipsy2114@gmail.com*

Gordienko Oksana

*lecturer at the Department of Management, Candidate of Historical Sciences,
Altai State Agrarian University
o.gordienko@inbox.ru*

Annotation. The article presents an analysis of the natural, historical and cultural resources of the foothill areas of the Altai Territory, which contribute to the active development of rural tourism. Rural residents, being carriers of traditional values, can play an innovative approach to organizing recreation. Attention is drawn to a number of serious problems in the preservation of cultural heritage, as well as natural potential, which ensures the sustainable development of foothill areas.

Keywords: rural tourism, excursion, recreation, peasant farming, folk traditions.

Уникальные природные и историко-культурные ресурсы предгорных территорий Алтайского края способствовали активному развитию туризма. Чистота и целебная сила воздуха, разнообразная флора и фауна, живописные берега озёр и рек, величественные горы Алтая оставляют неизгладимое впечатление. Многие из районов предгорной зоны входят вбольшой и малый туристические маршруты «Золотое кольцо Алтая». Склоны предгорий притягательны для поклонников горных лыж, сноубордов. Стали традиционными туры на снегоходах, квадроциклах, предлагаются конные и пешеходные туристические маршруты, скалолазанье, сплавы на катамаранах по р.Чарыш и р.Песчаная. В предгорных районах Алтайского края можно встретить парапланеристов. Широко представлен этнографический туризм. В настоящее время многие туристические базы востребованы для проведения деловых встреч, конференций и международных симпозиумов.

В настоящее время государством поддерживается развитие сельского туризма.

Сельский туризм - деятельность по организации отдыха в сельской местности или в малых городах (при отсутствии промышленных зон и многоэтажной застройки) предоставлением услуг гостеприимства в частном секторе, ориентированная на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов, традиционных для данной местности [4].

Главными компонентами туристского предложения на селе являются домашняя атмосфера, окружающая гостей и повышенное персональное внимание к ним со стороны хозяев, что делает сельский туризм отличным от других его видов и представляет определенные конкурентные преимущества. Доступная цена данного продукта также является немаловажным фактором в конкурентной борьбе за рынок.

Прежде всего, сельский туризм привлекает гостей своей возможностью отдохнуть на природе. Сельский гостевой дом, по возможности, должен находиться в живописном месте недалеко от водоема. Это может быть дом в деревне, дом или кемпинг на пасеке, дом или кемпинг на ферме. Благоприятная экологическая обстановка, наличие водных объектов (реки, озера, пруды, родники, водопады), лесные массивы, богатые ягодами, грибами, цветами и красивыми растениями, горы с наличием ущелий, причудливых скал, мест для занятия горнолыжным, велосипедным и другими видами спорта – все это привлечет туристов. Гостевой дом будет работать более эффективно, если он расположен в популярном для туристов месте с сильным природным «магнитом» (легендарной горой, водопадом, красивым водоемом, сильной рекой и пр.). Нежелательно наличие поблизости производственных объектов, разрушенных строений, источников постоянного громкого шума и неприятного запаха. Немаловажным является климат. Необходимо оценить в какое время года услуги сельского туризма будут наиболее популярными. Местными администрациями, Туристским центром Алтайского края ведется работа по формированию Туристских паспортов региона, районов, поселений, которые могут стать надежными источниками для оценки туристской привлекательности территорий.

Специфика сельского туризма состоит в том, что горожане и иностранные граждане могут соприкоснуться с сельской культурой, пожить в деревенских гостевых домах, покушать экологические продукты, порыбачить, помыться в деревенской баньке. При желании гости могут поработать на огороде, пашне, крестьянско-фермерском хозяйстве, поучаствовать в сенокосе, побывать на пасеках или ознакомиться с работой мараловодов, принять пантовые ванны. При этом отдыхающие единодушно отмечают, что сельский труд хорошо восстанавливает и физические, и духовные силы.

Сибирский регион обладает уникальными природными и заповедными зонами, традиционной народной культурой. В связи с этим сельский туризм может обеспечить горожанину возможность почувствовать себя жителем деревни, проживая в гостевом доме и включаясь в хозяйственную и культурную жизнь сельской территории. Развитие сельского туризма приобретает также особое значение в плане знакомства с сельскими традиционными обычаями, промыслами, фольклором. В данном контексте местное население становится актором в создании основных направлений сельского туризма. Именно оно является носителем традиционных ценностей, ее хранителем. Для сохранения историко-культурного наследия необходима активная работа сельских досуговых центров. Большой опыт клубной работы в сельской местности был накоплен в 1970-80 гг., который может быть частично заимствован с учетом современных реалий [3].

Здесь встает важная стратегическая задача, имеющая и важное экономическое, и культурное значение для предгорных территорий Алтайского края — создание условий для качественного оказания всего комплекса услуг российским и иностранным туристам в условиях нарастающей переориентации туристических потоков с Запада на Восток. В этом плане важным является формирование и широкое информационное позиционирование разнообразных туристических маршрутов и брендов типа «Малое золотое кольцо Алтая», «Алтай литературный», «Самоцветы Алтая» и т.д. Они имеют самое непосредственное

отношение к развитию туризма именно в предгорных регионах края. Есть, по-видимому, объективная потребность в активной научной проработке стратегического евразийского туристического бренда «Алтай-Гималаи», позволяющего туристам познакомиться с двумя стратегическими биосферно-культурными регионами Евразии.

При всей уникальности культурного ландшафта предгорий Алтайского края, богатых культурно-исторических традиций, перспективах развития разных видов туризма, имеется ряд серьёзных проблем по сохранению культурного наследия предгорных территорий Алтайского края, а также природного потенциала, что обеспечивает устойчивое развитие территорий:

1. Многие объекты культуры в районах построены ещё в советское время и в настоящее время постепенно разрушаются. Для их сохранности нужны серьёзные капитальные вложения и поддержка со стороны государства и бизнеса.

2. Одна из значимых проблем касается сельского населения предгорных территорий. Молодёжь уезжает в города за более комфортной и лёгкой жизнью. Удержать её, прививая любовь к своим культурным корням и истокам, – это главная задача. Для её решения нужен ряд экономических мер, прежде всего, инвестиции в инфраструктуру села. На дворе XXI век, а многие селяне, по-прежнему живут, как и их предки, «с удобствами на улице». На селе наблюдается также большая безработица, ощущается значительная нехватка медиков, учителей, специалистов-аграриев. Для решения кадрового вопроса можно обратить внимание на хозяйства, где возводятся объекты социальной инфраструктуры, а специалистам предоставляют квартиры, участки под жилищное строительство, различные льготы. Предполагается, что в недалеком будущем новые рабочие места будут образовываться за счёт развития турбизнеса, но здесь важное значение будет иметь интегрирование сферы АПК в туристическую индустрию в целях снабжения туристических предприятий качественными продуктами питания [1].

3. Существует серьёзная проблема культуры самих туристов, которую нужно целенаправленно формировать. Особое внимание хотелось бы обратить на так называемый «дикий» туризм. Такого рода «туристы» откалывают на сувениры сталактиты, оставляют за собой мусор, в древних пещерах могут развести костёр. Они забывают о бережном отношении к природе, о необходимости уважения традиций и обычаев народов, проживающих на этих территориях. Для многих коренных жителей Алтай — это храм Божий, источник знаний и мудрости. Поэтому у них не принято громко шуметь и кричать на природе, бросать камни в реку. Нужно прививать туристам уважительное отношение к культуре народов, проживающих на Алтае, находить пути формирования у них чувства экологической ответственности и духовной сопричастности к культуре алтайских народов. Очень важным научным делом, на наш взгляд, было бы составление и сопоставление Списка природных и культурных святынь алтайских и гималайских народов, тем более что подобная работа уже фактически начата [2].

4. Ещё одной из важных проблем является неразумная хозяйственная деятельность человека. В предгорной зоне можно увидеть многочисленные карьеры по добыче песка, щебня, глины. Вырубаются реликтовые леса, происходит хищническое уничтожение пойменных лесов, загрязняются реки и водоёмы, особенно страдает водоохранная зона, на территории которой зачастую незаконно расположены базы, кемпинги и кафе. Порою в лесах и возле рек нет специально оборудованных стоянок для автотранспорта. Остаётся нерешённым вопрос по утилизации бытового и строительного мусора, имеются многочисленные стихийные несанкционированные свалки. Особенно резко встают вопросы экологии, когда на одном месте расположено много туристических объектов и находится большое количество людей. Поэтому, экологическое воспитание и просвещение людей ныне особенно актуально.

Сохранить природу и родную культуру для детей и внуков, не дать загубить их ради сиюминутной выгоды — долг каждого разумного человека. И есть все основания для исторического оптимизма: земли предгорных районов являются одними из самых плодородных и щедрых на Алтае, как и щедрыми являются души живущих здесь людей.

Библиографический список

1. Алтай. Туризм: дайджест / сост. Н. В. Лаптева, М. В. Симонова, Е. Н. Яценко. – Барнаул : Издательство АлтГАКИ, 2006. – 329 с.
2. Алтай – Гималаи: два устоя Евразии : монография / под ред. С. П. Бансал, П. Гупта, С. В. Макарычева, А. В. Иванова, М. Ю. Шишина. – Барнаул : Издательство АГАУ, 2012. – 325 с.
3. Бондаренко, С. И. Культурные коды сельского праздника как способ формирования советской идентичности / С. И. Бондаренко // Вестник КемГУКИ. – 2021. – № 56. – С. 40–50.
4. Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015 - 2020 годы : Постановление Администрации Алтайского края от 29.12.2014 № 589. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/570717387> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 338.4

Развитие сельского туризма в Ленинградской области на основе целей устойчивого развития Танина Анна Валерьевна

*доцент кафедры управления социальными и экономическими процессами, кандидат экономических наук, доцент, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, г. Гатчина
tanina13@mail.ru*

Аннотация. Устойчивое развитие сельского туризма на уровне региона позволяет не только реализовать цели устойчивого развития, но и обеспечить социально-экономическое развитие территорий. В статье проводится анализ развития сельского туризма в Ленинградской области с учетом требований целей устойчивого развития. На конкретных примерах показаны особенности реализации отдельных целей устойчивого развития в регионе.

Ключевые слова: сельский туризм, цели устойчивого развития, устойчивое развитие, Ленинградская область, устойчивый туризм, устойчивое развитие туризма, проект, туризм, турпродукт, цели устойчивого развития в Российской Федерации

Development of rural tourism in the Leningrad region on the basis of sustainable development goals

Tanina Anna

*candidate of economic Sciences, associate Professor,
associate Professor, Department of Management of Social and Economic Processes,
State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina
tanina13@mail.ru*

Annotation. The sustainable development of rural tourism at the regional level allows not only to realize the goals of sustainable development, but also to ensure the socio-economic development of territories. The article analyzes the development of rural tourism in the Leningrad region, considering the requirements of sustainable development goals. Specific examples show the peculiarities of the implementation of certain sustainable development goals in the region.

Keywords: rural tourism, sustainable development goals, sustainable development, Leningrad region, sustainable tourism, sustainable tourism development, project, tourism, tourism product, sustainable development goals in the Russian Federation

Сельский туризм в последние годы активно развивается в регионах России [1]. В РФ разработан национальный набор показателей целей устойчивого развития (ЦУР).

Рассмотрим, как сельский туризм в Ленинградской области участвует в реализации некоторых ЦУР по данным сборника Росстата «Цели устойчивого развития в Российской Федерации. 2022» [2].

ЦУР 1 Ликвидация нищеты

В целом по стране с 2015 г. растут реальные денежные доходы населения. При этом Ленинградская область входит в число наиболее благополучных регионов, где доля населения с денежными доходами ниже границы бедности составила менее 9% (при среднероссийском уровне в 11%). Реальные денежные доходы населения региона в 2021 г. составили 105,4% от уровня 2020 г. [2]. Увеличение доходов населения позволяет обеспечить оплату турпродуктов в рамках сельского туризма, что приведет к росту доходов как производителей турпродуктов, так и фермерских хозяйств, ИП и других субъектов предпринимательской деятельности в сельском туризме.

ЦУР 2 Ликвидация голода

Привлечение дополнительного финансирования в рамках грантов, конкурсов и других проектов позволяет сельхозпроизводителям обеспечить устойчивое развитие сельского хозяйства. Например, в рамках нового гранта для сельхозпроизводителей «Агротуризм» с максимальным объемом финансирования до 10 млн руб. можно получить господдержку на реализацию проектов по развитию сельского туризма. В 2023 г. Минсельхоз России планирует финансирование таких проектов в размере 500 млн. руб. В конкурсе могут участвовать ИП (КФХ), СХПК, ООО, которые могут потратить полученные средства на следующие цели:

«- приобретение, строительство, модернизация или реконструкция средств размещения;
- подключение к электрическим, водо-, газо- и теплопроводным сетям;
- приобретение и монтаж туристского оборудования, снаряжения, инвентаря;
- благоустройство территории (создание зон отдыха, спортивных и детских площадок, организация освещения территории, обеспечение беспрепятственного передвижения инвалидов и других маломобильных групп населения)» [3].

В 2022 г. победителями гранта «Агротуризм» из Ленинградской области стали проекты «Земля Белоснежки» (18 место) и «Пять дней в русской деревне» (40 место).

ЦУР 3. Хорошее здоровье и благополучие

Несмотря на отсутствие в показателях данной ЦУР конкретных показателей, связанных с туризмом (в том числе сельским) представляется, что формирование турпродуктов сельского туризма напрямую связано с реализацией здорового образа жизни и увеличения ожидаемой продолжительности жизни. В 2021 г. Ленинградская область находилась на 20 месте среди регионов РФ по ожидаемой продолжительности жизни – 70,2 года при рождении (при среднероссийском уровне 70,1 год) и 59,1 года здоровой жизни (при 59,4 лет в среднем по стране) [2]. Сельский туризм подходит всем возрастным группам населения, т.к. не требует длительной акклиматизации из-за разницы температуры и влажности, обычно не предполагает длительных переездов. Конкурентным преимуществом Ленинградской области в развитии сельского туризма является наличие разнообразных природных зон, а также соседство с Санкт-Петербургом, способным генерировать большой туристский поток.

ЦУР 4. Качественное образование

Сельский туризм является довольно новым видом туризма, поэтому для эффективного развития необходимо получение инновационных компетенций в различных сферах. Можно отметить ряд инициатив по обучению предпринимателей по организации сельского туризма. Например, на федеральном уровне необходимо выделить деятельность Национальной ассоциации организаций по развитию сельского и экотуризма. Среди проектов данной ассоциации наиболее интересными представляются следующие:

1. «Школа сельского туризма. Объединение и поддержка организаторов сельского туризма в России». Реализация проекта осуществлялась в 2020-2021 гг. с целью «содействия развитию сельского туризма в России как комплексной сферы социально-экономической

деятельности и как инструмента устойчивого развития сельских территорий». В рамках проекта действовали онлайн-школа (онлайн-площадка для обучения сельскому туризму) и оффлайн-школа сельского туризма (разработка программ повышения квалификации и учебных модулей, организация обмена успешными практиками) [4].

2. «Академия сельского туризма» предлагает онлайн-уроки и вебинары. Онлайн-уроки распределены на 4 тематические блока и дают знания о видах сельского туризма, основах маркетинга, экономических и правовых основах сельского туризма, партнерстве в сельском туризме. Вебинары предназначены для более «продвинутых» предпринимателей и включают, например, такие темы как сторителлинг, специфика классификации КСР, использование механизма самозанятости и др. [5].

На региональном уровне стоит отметить поддержку сельского туризма ассоциацией «Региональное объединение по развитию территорий Северо-Запада», организовавшей проект «Событийный туризм – в село» [6].

АНО культурных и туристских инициатив «Борей» для жителей Гатчинского района организовала проект «Школа сельского экскурсовода», включающий рассмотрение как теоретических вопросов, так и подготовку и проведение собственной экскурсии (рисунок 1).

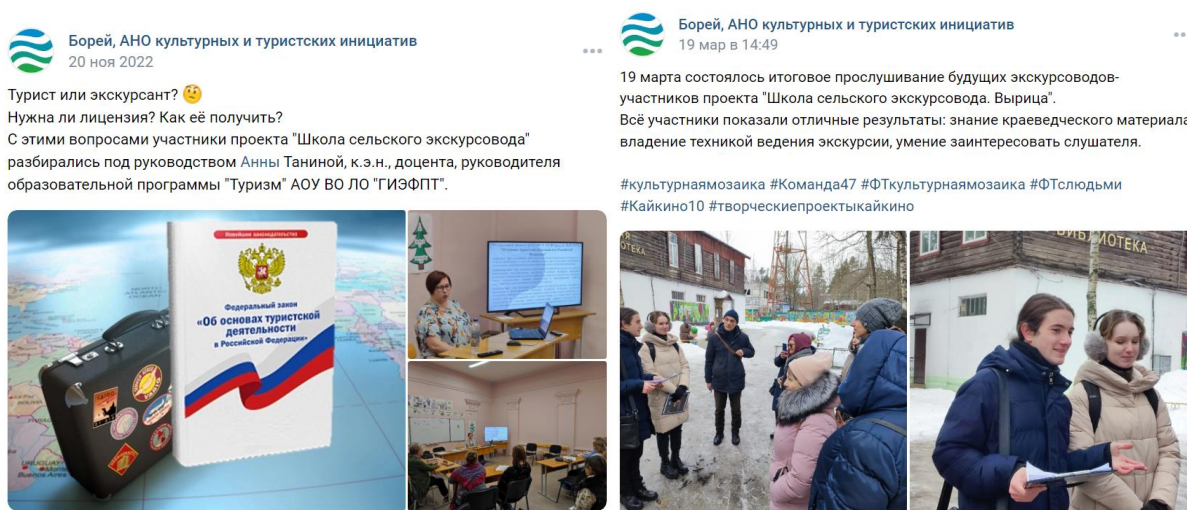


Рисунок 1 – Информация о проекте «Школа сельского экскурсовода» [7]

ЦУР 5. Гендерное равенство

Развитие сельского туризма позволяет самореализоваться женщинам в сельской местности. Проявляя инициативу в развитии сельского туризма, они не только занимаются предпринимательской деятельностью, но и самоорганизуются в инициативные проекты, помогая, в том числе и новичкам в этой сфере. Примером может служить проект «Сельский туризм в Ленинградской области» (рисунок 2), представленный в социальной сети «ВКонтакте».

Сельский туризм в Ленинградской области

Блог Странствующих Организаторов

Здравствуйтесь, друзья!
Рады приветствовать вас на странице, посвящённой сельскому туризму в Ленинградской области!

Мы - странствующие организаторы 🤝
Имея за плечами большой опыт работы в городских условиях и организации мероприятий различного формата, в 2015 году мы решили организовать фестиваль не просто загородом, а в настоящей старинной деревне. И с тех пор не можем остановиться.

За прошедшие годы мы наработали большой экспериментальный опыт по организации туристических событий в сельской местности, с головой погрузились в проблематику развития сельского туризма в России, побывали в множестве интересных мест и превратились в настоящих Странствующих Организаторов.

И теперь горим идеей популяризовать сельский туризм в Ленинградской области. Чтобы рядом с Санкт-Петербургом появлялось всё больше новых мест, куда можно отправиться с семьёй или друзьями на выходные, чтобы возрождались деревни, чтобы был позабыт термин "депрессивные сельские территории".

Деревня - это настоящая сокровищница культурного наследия.
Деревня - это вдохновляющие пейзажи, красота природы в любое время года и воздух без городского смога.
Деревня - это вкус натуральных домашних продуктов и тепло настоящих животных, не из мультяшек или книжных картинок.

На этой странице мы будем рассказывать о том, каким бывает сельский туризм, знакомить вас с интересными людьми и местами Ленинградской области.

Сельский туризм в Ленинградской области
7 мар в 18:08

Читать стихи Блока, думать о бренности бытия, чем ещё можно заняться в Кингисеппском районе? Голосуем за идею туристического маршрута в комментарии

Анна-Ксения Галактионова
7 мар 2023 в 8:08

Руины усадебного дома, разрушенная церковь, бурелом, борщевик, голод, холод, забвение. Визуализация старины.
Ощущение бесхозяйственности.
Веги времени.

Но в то же время: Показать ещё




Рисунок 2 – Информация о проекте «Сельский туризм в Ленинградской области» [8]

ЦУР 8 Достойная работа и экономический рост

Несмотря на то, что уровень безработицы населения в возрасте 15 лет и старше в Ленинградской области довольно низкий (3,7% в 2021 г. при среднероссийском уровне 4,8%), индекс производительности труда в регионе в 2020 г. был менее 100% [2]. Развитие сельского туризма в регионе позволяет обеспечить не только полную, но и частичную (в том числе сезонную) занятость, получить дополнительный доход от туризма как дополнительной деятельности, способствует развитию инфраструктуры.

Регион позиционируется как один из лидеров развития сельского туризма, в основном за счет большого количества гостевых сельских домов и туристических ферм. Для выделения сельского туризма как приоритетного вида туризма был разработан областной закон «О внесении изменений в статьи 3 и 5 областного закона «О развитии туризма в Ленинградской области и о признании утратившими силу некоторых областных законов и отдельных положений областных законов» [9].

ЦУР 9 Индустриализация, инновации и инфраструктура

Следует отметить, что развитие сельского туризма в регионе серьезно сдерживает качество автомобильных дорог и в целом транспортная доступность объектов туристского интереса. В 2021 г. Ленинградская область попала в группу регионов, где только 40,1-50% автодорог регионального значения соответствует нормативным требованиям [2].

ЦУР 11 Устойчивые города и населенные пункты

Уровень использования инноваций с учетом требований устойчивого развития на объектах сельского туризма можно оценить как недостаточный. Такие технологии как энергосбережение, раздельный сбор мусора, обеспечение доступа для маломобильных групп населения и др. применяются фрагментарно.

По результатам исследования можно сделать вывод, что в целом развитие сельского туризма в Ленинградской области реализует большинство целей устойчивого развития, но уровень достижения отдельных целей сильно отличается. Необходимо обеспечить более эффективную координацию усилий всех заинтересованных сторон для устойчивого развития сельского туризма в регионе, в том числе в форме государственной поддержки [10].

Библиографический список

1. Tanina, A. Agritourism Development Model In Digital Economy / A. Tanina, E. Konyshov, K. Tsahaeva // In Proceedings of the 2nd International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy (SPBPU IDE '20) / Association for Computing Machinery. – New York, NY, USA. – Article 28, 1–6. – URL: <https://doi.org/10.1145/3444465.3444518/>.

2. Цели устойчивого развития в Российской Федерации. 2022 : Крат. стат. сб. / Росстат. – Москва, 2022. – 87 с. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/SGD_2022_RUS.pdf (дата обращения: 03.04.2023).

3. Открыт прием заявок на грант «Агротуризм» на 2023 год // Росагротуризм.рф : [сайт]. – URL: <https://xn--80agmdvhcmdbgqn.xn--p1ai/2022/07/%d0%bf%d1%80%d0%b8%d0%b5%d0%bc-%d0%b7%d0%b0%d1%8f%d0%b2%d0%be%d0%ba-%d0%bd%d0%b0-%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bd%d1%82-%d0%b0%d0%b3%d1%80%d0%be%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc-2023/> (дата доступа 05.04.2023).

4. Школа сельского туризма // Национальная ассоциация организаций по развитию сельского и экотуризма : [сайт]. – URL: <https://selturacademia.ru/proekt-schola-selskogo-turizma.html> (дата доступа 05.04.2023).

5. Академия сельского туризма // Национальная ассоциация организаций по развитию сельского и экотуризма : [сайт]. – URL: <https://selturacademia.ru/akademiya/> (дата доступа 05.04.2023).

6. Новый тренд Ленобласти — сельский туризм // Правительство Ленинградской области : официальный сайт. – URL: <https://lenobl.ru/ru/dlya-smi/news/54725/> (дата доступа 05.04.2023).

7. Борей, Автономная некоммерческая организация культурных и туристских инициатив // Социальная сеть «ВКонтакте» : [сайт]. – URL: <https://vk.com/boreasano> (дата доступа 05.04.2023).

8. Сельский туризм в Ленинградской области // Социальная сеть «ВКонтакте» : [сайт]. – URL: https://vk.com/village_tourism (дата обращения: 05.04.2023).

9. О внесении изменений в статьи 3 и 5 областного закона «О развитии туризма в Ленинградской области и о признании утратившими силу некоторых областных законов и отдельных положений областных законов : Закон Ленинградской области от 17.06.2022 № 64-оз. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4700202206200002> (дата обращения: 03.04.2023).

10. Танина, А. В. Государственная поддержка развития сельского туризма в Ленинградской области / А. В. Танина // Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения–2022 : сборник научных трудов по материалам IX Международной научно-практической конференции, приуроченной к празднованию 300-летия Российской академии наук, Гатчина, 27–28 мая 2022 года. Том 1. – Гатчина : Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2022. – С. 302–306. – EDN OTUZLB.

УДК:338.48

Перспективы развития туризма и производства экологически чистых продуктов в Алтайском крае

Лесных Елена Алексеевна

доцент кафедры экономики, анализа и информационных технологий, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, г.

Барнаул

lesnyh74@mail.ru

Аннотация. Одним из условий развития туризма на территории Алтайского края, является обеспечение туристов экологически чистой продукцией. В работе рассматриваются интеграционные процессы между развитием туризма и производством органически чистой продукции, определены основные точки соприкосновения, проанализированы возможности выпуска органически чистой продукции, рассмотрены перспективы развития органического земледелия и выявлены слабые стороны развития туризма.

Ключевые слова: туризм, органическая продукция, органическое земледелие, Алтайский край, Алтай.

Prospects for the development of tourism and production of environmentally friendly products in the Altai territory

Lesnykh Elena

*candidate of agricultural Sciences, associate Professor,
associate Professor at the Department of Economics, analysis and information technology,
Altai State Agrarian University, Barnaul
lesnyh74@mail.ru*

Annotation. One of the conditions for the development of tourism in the Altai Territory is to provide tourists with environmentally friendly products. The work considers the integration processes between the development of tourism and the production of organically clean products, the main points of contact are determined, the possibilities of the production of organically clean products are analyzed, the prospects for the development of organic farming were considered and the weaknesses of the development of tourism were identified.

Keywords: tourism, organic products, organic farming, Altai Territory, Altai.

Алтайский край имея аграрную специализацию, обладая большим запасом земельных ресурсов, большая часть которых относится к сельскохозяйственным угодьям, и являясь благоприятным местом для развития всех видов туризма (экологического, приключенческого, гастрономического, агротуризма и т.д.), может стать житницей не только производства экологически чистой продукции, что является очень привлекательным для туристов, но и учитывая трансграничное положение региона, площадкой для развития международных рынков сбыта органической продукции.

Цель исследования: Проанализировать интеграцию различных видов туризма и производства экологически чистых продуктов на территории Алтайского края.

Методы исследования. В работе использовались методы рекреационного анализа, в который включается общее описание объекта (Алтайского края) природно-рекреационные ресурсы, исторические достопримечательности, инфраструктуру. Дополнительно нами были использованы элементы стратегического SWOD-анализа.

У Алтайского края имеется огромный потенциал для развития органического земледелия и выпуска экологически чистых продуктов питания. Потенциальные преимущества Алтайского края, в этом направлении, обусловлены:

–самой большой площадью с низким уровнем химизации с уровнем внесения минеральных удобрений 11,6 кг/га. Для сравнения в среднем по России данный показатель составляет 48,8 кг/га, в Евросоюзе 160-250 кг/га, в США - 300 кг/га, в Канаде -85 кг/га;

–край занимает 11-е место в РФ по объему производимой сельскохозяйственной продукции;

–край занимает третье место среди лидеров экологического рейтинга субъектов РФ;

–край имеет потенциальные рынки сбыта (санаторно-курортные зоны, гастрономические сельские туры, близость рынка АТР) [1, с. 16].

В крае большой потенциал развития эко- и агротуризма. Во-первых, край представлен почти всеми климатическими зонами России – горы, тайга, степь и лесостепь. Причем, для равнинной поверхности характерны степные и лесостепные территории, с борами, колками, оврагами, колками и озерами [2].

Во-вторых, в Алтайском крае большой процент сельского населения. По данным крайстата на 2022 год сельское население составляло 40,1 %. Хотя в 2018 году сельское население составляло 48,8%.

В-третьих, Алтайский край многонациональный регион, что является большим преимуществом при развитии этнического и ностальгического туризма. Многонациональный состав края представлен, в основном, русскими. Также на территории края проживают немцы, украинцы, казахи, белорусы, татары и т.д.

В-четвертых, край обладает природным капиталом, который определяется стоимостью возобновляемых ресурсов, таких как сельскохозяйственных земли, пастбища, продукты леса, человеческие ресурсы [3, с. 153].

Безусловно, для развития агро- и экотуризма, большое значение имеет сохраненная сельская ментальность и экосистема. Традиции и первозданность природы, имеют большое влияние на отдохновение туриста. Путешествовать по Алтаю нельзя без эмоционального вживания в постигаемую предметность и чувственного созерцания природы. Думается, туризм в данном регионе может, и, должен стать не только местом отдыха, но и местом вдохновения, важнейшим местом духовного развития человека.

В последнее время появились места с массовыми гуляниями «Алтайская зимовка» в селе Новотырышкино, праздник карася «Его величество карась» и праздник вареника в селе Гуселетово, которые смело можно причислить к местам притяжения туристов. «Цветение маральника», который открывает туристический сезон и привлекает тысячи туристов.

Алтай, являясь центром миротворчества, может и должен стать центром возврата к выпуску экологически чистых продуктов. Мелкое производство в личных подсобных хозяйствах, которых на Алтае с каждым годом становится меньше. Например, в Алтайском крае значительно выросло число брошенных личных подсобных хозяйств (ЛПХ). Данные сельскохозяйственной переписи говорят о том, что их как минимум 63,2 тысячи [4]. Именно ЛПХ могут обеспечить агротуристов натуральными экологически чистыми продуктами, ни один животноводческий комплекс не может обеспечить продукцией такого высокого качества, как мелкие сельскохозяйственные производители, но их количество стремительно падает. Виной всему низкие цены на сельскохозяйственную продукцию такого качества, отсутствие инфраструктуры на селе, старение и отток сельского населения. То есть регион стремительно теряет то, что может быть точкой роста развития туризма. За последние 10 лет стремительно сокращается количество живописных поселков, которые могли бы стать местом отдыха агротуристов. Эти потери безвозвратны.

Помощь может прийти от государства. Согласно постановлению Правительства Алтайского края от 26.11.2021 № 435, объем предоставленных платных услуг туристскими организациями и коллективными средствами размещения в 2024 году составит 4621,9 млн. рублей [4]

Для успешного развития всех видов туризма на территории Алтая, необходимое сопутствующее развитие выпуска экологически чистых продуктов.

Созидающую роль Алтай должен играть и при выпуске органической продукции, и брать на вооружение достижения других регионов, с учетом того, что рынок органической продукции в России оценивается в 120 млн долл. Около 2% сельскохозяйственных земель (246 тыс. га) сертифицированы по международным стандартам как органические. Принят ГОСТ Р 56508-2015 «Продукция органического производства. Правила производства, хранения, транспортировки». Разрабатываются технологии производства органических продуктов на экспорт [5, с. 3]. В связи с постоянным санкционным давлением экспорт органической продукции усложняется, а по некоторым позициям не возможен вообще и товаропроизводителям необходимо ориентироваться на внутренний рынок и отечественного потребителя. В настоящее время в крае создан центр поддержки экспорта Алтайского края, в телеграмм канале центра размещается информация о выставках, конференциях, и посвященных выпуску органически чистой продукции в том числе, мероприятиях, информация о содействии продвижению товаров и услуг и мерах государственной поддержки, о всероссийских конкурсах, например, всероссийский конкурс программы «100 лучших товаров России» и т.д.

В России органическим «чистым» земледелием занимается всего 116 человек. Двое из них живут в Алтайском крае и возделывают поля в Бийском районе. Еще четыре подали заявку на сертификат [6].

Мировой опыт ведения сельского хозяйства показывает, что все страны решают этот вопрос по-разному, но в целом выделяются два основных направления: прямая и косвенная поддержка. Как правило, косвенные меры предполагают меры компенсационного характера в части издержек «на проведение сертификации органического производства, содействие интеллектуально-информационному обеспечению операторов рынка органической продукции и пропаганды развития данного направления через различные источники» [7, с. 92].

Развитие туризма, особенно агротуризма, экотуризма, гастрономического туризма не возможно без производства в регионе экологически чистых продуктов. Туризм, в свою очередь, затрагивает все сферы современного общества: экономику, культуру, социальную жизнь, стимулирует развитие строительства, торговли, сельского хозяйства, производств товаров народного потребления (в том числе продуктов питания), транспорт, связь.

При экономическом анализе края выявились слабые социально-экономические стороны края: технологическая отсталость, слабая развитость инновационных производств, безработица, неравномерное распределение трудовых ресурсов, отсутствие сертифицированных производителей сельскохозяйственной продукции.

Стратегический SWOT-анализ региона, показывает, что возможностями для выпуска органической (экологически чистой) продукции являются:

- увеличение ассортимента органически чистой продукции;
- увеличение платежеспособности населения;
- увеличение доли рынка;
- увеличение государственного субсидирования на выпуск экологически чистой продукции;
- снижение себестоимости за счет более дешёвых (отечественных) технологий, техники, семян и т.д.;
- ослабление экологической нестабильности.

Стратегический SWOT-анализ региона показывает, что слабыми сторонами развития туризма является: дефицит кадров, слабый уровень развития инфраструктуры, низкий уровень сервиса, недостаточное продвижение туристических услуг. Наряду с этим над туристической отраслью края нависли реальные угрозы: ухудшение экологической обстановки, низкий уровень сервиса (высокие цены, низкое качество, отсутствие разнообразия), низкий уровень жизни населения, демографический кризис.

Сервис, еще одна болевая точка туристической отрасли. Результаты опроса туристов, посетивших туристические базы, сельские гостевые дома, доказывают, что основными проблемами является: сервис (не соответствие цены и качества оказываемых услуг), недостаточность благоустроенности, неразвитая инфраструктура, отсутствие рекламы.

Безусловно, самым ограничивающим фактором туризма на данной территории является сезонность. Кроме этого необходимо решить ряд внутренних экономических и экологических проблем данных территорий. Здесь, каким бы благодатным, и привлекательным для туристов не был регион, необходима помощь со стороны государства, инвесторов и, безусловно, населения. Население должно осознанно выбирать экологически чистые продукты, другое дело достаточно ли будет доходов населения для осуществления данного выбора, и достаточно ли будет поддержки государства производителям экологически чистой продукции, что бы стать на путь ее производства. Развитие туризма на территории края также зависит от осознанного выбора населения страны в пользу туров внутри страны. Алтайский край не может предложить морей, белых песков и голубых лагун, но может обеспечить современного человека ментальным, духовным, душевным отдохновением, что очень важно для современного человека, загнанного в цейтнот, а если это сочетается с потреблением экологически чистых продуктов и происходит насыщение знакомыми, родными продуктами, получается отдых и насыщение, как физическое, так и душевное.

Библиографический список

1. Манжина, С. А. Анализ обеспечения АПК России удобрениями / С. А. Манжина // Научный журнал Российского НИИ проблем мелиорации. – № 3(27). – 2017. – С. 16.
2. Алтайский край: природа края, рельеф, реки, флора и фауна // SYL.ru : [сайт]. – URL: <https://www.syl.ru/article/310988/altayskiy-kray-priroda-kraya-relef-reki-flora-i-fauna> (дата обращения: 02.03.2023).
3. Лесных, Е. А. Туризм как основной движущий фактор развития «зеленой» экономики на территории Алтайского края / Е. А. Лесных // Туризм как фактор устойчивого развития региона : Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Горно-Алтайск, 25–26 апреля 2019 года. – Горно-Алтайск : Горно-Алтайский государственный университет, 2019. – С. 152–156.
4. Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае» : постановление Правительства Алтайского края от 23 марта 2020 года № 125. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/570717387>. (дата обращения: 02.03.2023).
5. Монастырский, О. А. Органическое земледелие и получение экологичных пищевых продуктов в России / О. А. Монастырский, Е. В. Кузнецова, Л. П. Есипенко // Агрохимия. – 2019. – № 1. – С. 3–4.
6. Аграрии Алтайского края открывают для себя органическое сельское хозяйство // Толк – сетевое издание : [сайт]. – URL: <https://tolknews.ru/obsestvo/128004-kak-v-altayskom-krae-razvivaetsya-organicheskoe-selskoe-hozyaystvo> (дата обращения: 30.03.2023).
7. Органическое сельское хозяйство: инновационные технологии, опыт, перспективы : науч.-аналит. обзор / С. А. Коршунов [и др.]. – Москва : ФГБНУ «Росинформагротех», 2019. – 92 с.

УДК:338.48

Эффективность сельского туризма для сельскохозяйственных товаропроизводителей

Стародубцева Вера Степановна

доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики, кандидат экономических наук доцент, Горно-Алтайский государственный университет,

*г. Горно-Алтайск
radostvera@mail.ru*

Аннотация. С принятием законодательных нововведений в раскрытии сути сельского туризма, обеспечении поддержки региональной и местной власти субъектов хозяйствования, в том числе сельскохозяйственных товаропроизводителей, возникает понимание, что для эффективного результата в данной сфере необходимо учитывать разнообразные факторы, которые зависят не только от тех, кто работает в сфере сельского хозяйства.

Ключевые слова: сельский туризм, сельскохозяйственные товаропроизводители, средства размещения, эффективность.

Efficiency of rural tourism for agricultural producers

Starodubtseva Vera

*associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Gorno-Altai State University,*

*Gorno-Altai
radostvera@mail.ru*

Annotation. With the adoption of legislative innovations in revealing the essence of rural tourism, providing support to regional and local authorities of business entities, including agricultural producers, there is an understanding that for an effective result in this area it is necessary to take into account a variety of factors that depend not only on those who work in the field of agriculture

Keywords: rural tourism, agricultural producers, accommodation facilities, efficiency

Сельский туризм за последние годы в условиях санкций Евросоюза и ограничений выезда россиян за рубеж становится все более привлекательнее для наших соотечественников как возможность внутреннего отдыха. На привлекательность сельского туризма влияют его богатые природные и агроклиматические ресурсы, этнические традиции, наличие уникальных и порой малоизвестных в силу удаленности от известных туристических маршрутов культурно-исторических и архитектурных памятников, экологическая безопасность, сельский уклад жизни, что способствует развитию специфических для села таких видов туризма, как: семейный отдых в деревне, сельские событийные мероприятия, аграрный туризм и других видов сельского туризма, связанных с сельскими традициями конкретных территорий.

Непосредственно оказание услуг сельского туризма реализуется в обычных для туристской деятельности услугах гостеприимства: временного проживания, экскурсионных, организации досуга.

Специфика сельского туризма проявляется при ознакомлении с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей путем непосредственного участия в сельскохозяйственных работах, но в отсутствие получения за это какой-либо материальной выгоды.

К сельскохозяйственным товаропроизводителям относятся: личные подсобные хозяйства, индивидуальные предприниматели – главы крестьянских (фермерских) хозяйств, сельскохозяйственные кооперативы, иные субъекты предпринимательской деятельности, основной вид деятельности которых связан с сельским хозяйством и, как правило, являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства, численность которых за последние годы существенно снижается.

Например, на основе итогов российской сельскохозяйственной микропереписи 2021 г. по сравнению с аналогичными показателями 2016 г. [1, с. 10-11], существенно уменьшилось; число сельскохозяйственных организаций – малых предприятий с 24,3 тыс. до 20,2 тыс. или на 16,9%, крестьянских (фермерских) хозяйств – с 136,7 тыс. до 100,1 тыс. или на 26,8%, индивидуальных предпринимателей – с 38,0 тыс. до 18,2 тыс. или на 52,1%. Незначительно сократилось число личных подсобных хозяйств – с 16,6 млн. до 16,2 млн. или на 2,4%.

Начиная с 01.01.2022 г. в Российской Федерации вступили в силу законодательные изменения, определяющие сельский туризм для посещения сельской местности и малых городов, численность населения в которых не более 30000 человек, позволяющий приобщиться к традиционному укладу сельской жизни, ознакомиться и/или поучаствовать в процессе осуществления сельскохозяйственных работ без получения какого-либо вознаграждения за это, допускающий кроме услуг временного размещения организацию досуга туристов, проведение экскурсий и оказание иных услуг [2].

Данные законодательные нововведения являются важным моментом в сохранении численности сельских товаропроизводителей, в т.ч. и тех, которые относятся к субъектам малого предпринимательства. Допуск к деятельности в сфере сельского туризма сельскохозяйственных товаропроизводителей предусмотрен при соблюдении требований, которые устанавливает Правительство РФ.

Так, с 01.03.2023 г. до 01.03.2029 г. установлены требования к средствам, размещения, которые надлежит выполнять при оказании услуг сельского туризма в сельской местности [3], а именно: обеспечивать туристов горячей и холодной водой, бесплатной питьевой водой, искусственным освещением, отоплением и вентиляцией, содержать санитарные объекты общего пользования, соблюдать минимальную площадь и оснащение помещений для их проживания.

Вместе с тем, хотя требования к обеспечению проживания туристов на сельских территориях носят значительно упрощенный характер, в большинстве случаев для сельскохозяйственных товаропроизводителей сфера гостеприимства как вид деятельности сельского туризма является для них новой и дополнительной к основному виду

сельскохозяйственной деятельности. Более того, массовый поток туристов совпадает с интенсивными сельскохозяйственными работами в летний период, что накладывает определенные сложности в обеспечении качества услуг сельского туризма для сельскохозяйственных товаропроизводителей, если они оказываются ими самими, а также в постоянном контроле для субъектов хозяйствования, применяющих специальный налоговый режим с уплатой единого сельскохозяйственного налога, недопущение снижения доли выручки от продаж сельскохозяйственной продукции в общей величине выручки менее 70%. Следует учитывать и особенности оказания услуг временного проживания, проведения экскурсий и организации досуга – неподготовленные специалисты в отсутствие необходимых компетенций могут сформировать серьезную антирекламу конкретному сельскохозяйственному товаропроизводителю, надолго оттолкнуть туристов от конкретных субъектов хозяйствования в сфере сельского туризма.

Однако, с другой стороны, успешное ведение новой туристской деятельности на селе способствует расширению спроса на продукцию сельского хозяйства, повышению объема продаж и доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей и в целом повысить эффективность основной сельскохозяйственной деятельности за счет дополнительной в сфере сельского туризма. В этом случае для обеспечения успешной деятельности по оказанию туристских услуг целесообразно осуществление таких мероприятий, как: маркетинговых исследований возможности осуществления нового вида деятельности; осуществление бизнес-планирования с определением потенциальных инвестиционных вложений, доходов, расходов и финансового результата; проведение строительных работ или ремонт имеющихся жилых помещений для выполнения требований Правительства РФ к средствам размещения туристов на селе; обучение руководства и персонала в части организации и реализации услуг временного проживания, экскурсионных и иных услуг в сфере сельского туризма; оснащение компьютерной техникой и специальными программными продуктами, обеспечением соответствующими мобильными приложениями руководителя субъекта – сельскохозяйственного товаропроизводителя для обеспечения процесса оказания таких услуг; проведение рекламной кампании; изыскание средств для осуществления данных мероприятий.

Кроме того, необходимо учитывать, что туристов отталкивает от сельского туризма ряд факторов, которые зависят не от непосредственно оказывающего услуги субъекта сельского хозяйства, а от условий сельской местности, формирующих доступность, передвижение и привлечение туристов, а именно: плохое состояние дорог, высокая стоимость проезда, отсутствие в ряде мест устойчивой мобильной связи, низкий уровень инфраструктуры сельских поселений, минимальное количество обустроенных туристских маршрутов, недостаточное внимание органов местной власти, отсутствие комфортных условий и сервиса, недостаток информации, проявление теневого рынка,

Для повышения эффективности участия сельскохозяйственных товаропроизводителей в сельском туризме необходимо: проработать возможность принятия отдельного закона о сельском туризме с определением перечня видов экономической деятельности, его формирующих; определить и организовать взаимодействие между различными ведомствами и министерствами для разработки и принятия совместных нормативно-правовых актов по регулированию деятельности в сфере сельского туризма; внедрить новый специальных режим упрощенного налогообложения для развития сельского туризма простым и понятным расчетом налога, близким по своим параметрам и сущности, например, с единым налогом на вмененный доход; обеспечить реальную муниципальную и государственную поддержку в улучшении условий сельских территорий, в том числе строительство новых дорог, создание придорожного сервиса; обеспечить проведение обучения по организации сельского туризма.

Библиографический список

1. Основные итоги сельскохозяйственной микропереписи 2021 года. Статистический сборник / Федеральная служба государственной статистики. – Москва : ИИЦ «Статистика России». – 2022. – 420 с.

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон № 132-ФЗ : [принят Государственной Думой 4 октября 1996 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 03.04.2023).

3. Об утверждении требований к средствам размещения, используемым для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере сельского туризма в сельской местности : приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 11.11.2022 № 617. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/normativno_pravovye_akt/prikaz_ministerstva_ekonomicheskogo_razvitiya_rossiyskoy_federacii_ot_11112022_617.html (дата обращения: 03.04.2023).

8 Проблемы и перспективы развития отдельных видов туризма

УДК 379.85

Анализ состояния спортивного туризма в Республике Татарстан

Ахметова Регина Ильфаковна

*учитель географии МБОУ «Многопрофильная полилингвальная гимназия №180», г. Казань
regina30071999@mail.ru*

Газизуллин Радель Русланович

*учащийся 9В класса МБОУ «Многопрофильная полилингвальная гимназия №180»,
г. Казань
regina30071999@mail.ru*

Аннотация. В статье представлен анализ состояния спортивного туризма в Республике Татарстан. Республика Татарстан является одним из спортивных лидеров среди регионов Российской Федерации. Практический опыт проведения спортивных мероприятий и других мероприятий регионального, федерального и мирового значения ориентировал правительство республики на создание всех необходимых условий для привлечения туристов в регион. Проведен анализ состояния спортивной инфраструктуры Республики Татарстан, а также анализ данных «Портрет путешественника по Татарстану» Потенциал нужно развивать и увеличения бренда как центра спортивного туризма были предложены мероприятия.

Ключевые слова: спортивный туризм, Республика Татарстан, спортивная инфраструктура, спортивные мероприятия, турист.

Analysis of the state of sports tourism in the Republic of Tatarstan

Akhmetova Regina

*geography teacher, Multidisciplinary Polylingual Gymnasium № 180, Kazan
regina30071999@mail.ru*

Gazizullin Radel

*9th grade student, Multidisciplinary Polylingual Gymnasium № 180, Kazan
regina30071999@mail.ru*

Annotation. The article presents an analysis of the state of sports tourism in the Republic of Tatarstan. The Republic of Tatarstan is one of the sports leaders among the regions of the Russian Federation. The practical experience of holding sports events and other events of regional, federal and world significance oriented the government of the republic to create all the necessary conditions for attracting tourists to the region. An analysis of the state of the sports infrastructure of the Republic of Tatarstan was carried out, as well as an analysis of the data «Portrait of a traveler in Tatarstan» The potential needs to be developed and the brand as a center of sports tourism needs to be increased

Keywords: sports tourism, Republic of Tatarstan, sports infrastructure, sports events, tourist.

Введение. Отношения между спортом и туризмом, безусловно, набирают обороты. Причины этого внезапного интереса якобы исходят из нескольких направлений. Во-первых, значительно возросла популярность международных и национальных спортивных мероприятий. Во-вторых, существует более углубленное понимание преимуществ, связанных со здоровьем, которые могут быть достигнуты благодаря активному участию во многих видах спорта.

Методы и организация исследования. Объектом исследования является спортивный туризм в Республике Татарстан. Спортивный туризм - один из самых быстрорастущих

секторов туризма. Все больше и больше туристов интересуются спортивными мероприятиями во время своих поездок, независимо от того, является ли спорт основной целью путешествия или нет. Спортивные мероприятия различных видов и масштабов привлекают туристов, поскольку участники или зрители пытаются добавить им местный колорит, чтобы выделиться и подарить аутентичный местный опыт.

Предметом исследования текущее состояние и развитие спортивного туризма на территории Республики Татарстан.

Информационную базу исследования составили материалы отчетности Министерства спорта РФ, Федерального агентства по туризму в РФ, Государственного комитета Республики Татарстан по туризму и нормативно-правовые акты законодательства в сфере туризма.

Теоретическую основу исследования составили труды ведущих научных деятелей, статьи и публикации по вопросу особенностей развития спортивного туризма в регионе, таких как Вагапова Ф. Г., Салимгараева Л. А., Тимофеева Л. С и др.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы для определения работ по туризму в Республике Татарстан в области развития спортивного туризма.

В ходе исследования были использованы следующие методы теоретического познания: сравнение, обобщение, статистический.

Спортивный туризм – очень завлекательное и интересное занятие для всех возрастов. С помощью него можно и «хорошенько» отдохнуть и заработать денег, ведь у спортивного туризма большое количество направлений и видов [3, с.52].

К основным плюсам спортивного туризма стоит отнести:

- возможности трудоустройства и извлечения дохода: спортивный туризм, как и другие сегменты туризма, дает рабочие места и возможности получения дохода, в том числе для менее привилегированных групп;

- расходы посетителей: спортивные туристы, как правило, расходуют больше, чем среднестатистические туристы (на аренду снаряжения, наем инструкторов, оплату участия и т. д.);

- благосостояние местных жителей: спортивный туризм предоставляет жителям пункта назначения спортивные возможности и может оказывать на жителей такое же воздействие, как и на туристов, что приводит к здоровому и активному образу жизни.

Спортивный туризм должен использовать преимущества новейших технологий и инноваций, таких как искусственный интеллект (ИИ), дополненная реальность (AR) или виртуальная реальность (VR), которые могут сделать спортивный туризм более захватывающим и интересным. Стадионы и арены начали «умничать», используя приложения и носимые устройства для повышения удобства аудитории. Спортивные мероприятия и музеи могут улучшить впечатления посетителей с помощью технологий. Ожидается также, что инновации создадут новые механизмы для того, чтобы люди с ограниченными возможностями могли заниматься спортом [4, с.16].

Республика Татарстан является одним из спортивных лидеров среди регионов Российской Федерации.

Практический опыт проведения спортивных мероприятий и других мероприятий регионального, федерального и мирового значения ориентировал правительство республики на создание всех необходимых условий для привлечения туристов в регион, в том числе всех необходимых условий для строительства спортивных объектов, в настоящее время это мероприятие является одной из основных задач государственной политики, направленной на развитие спорта[5].

В настоящее время на территории республики функционирует 11 065 спортивных сооружений открытого и закрытого типа, которые находятся в федеральной, республиканской, муниципальной собственности и в ведомственной, (частной) собственности.

Единовременная вместимость всех спортивных объектов РТ составляет 299 218 человек, ниже на рисунке 1 представлена информация о крупнейших спортивных объектах РТ.



Рисунок 1 – Информация о крупнейших спортивных объектах Республики Татарстан

Проанализировав спортивную инфраструктуру Республики Татарстан можно сделать вывод, что регион имеет все необходимые ресурсы для совершенствования спортивной инфраструктуры и развития спортивно-событийного туризма. Несмотря на активное участие региона в региональных, федеральных и международных спортивных мероприятиях, уровень туристического потока, связанного со спортивным туризмом, с использованием спортивных сооружений для проведения крупных форумов, конференций, концертов и других мероприятий, проведение спортивных и других мероприятий в РТ очень низкий. С целью обоснования данного утверждения нами был проведен анализ данных портрета туриста, который был изучен в рамках проекта «Портрет путешествующего по Татарстану» [8].



Рисунок 2 – Соотношение результатов исследования «Портрет туриста по показателю «Цель поездки»

Участники исследования: 5000 респондентов, посетивших Республику Татарстан с целью туризма. Согласно рисунку 2:

- 8,6% опрошенных приезжали в Татарстан по деловым целям,
- 12,3% посещали друзей/родственников (этот показатель увеличился на 6% по сравнению с 2018-2017 г.),

- 1,9% - лечение и паломничество (это значение увеличивается с каждым годом),
- 2,7% - были в Татарстане проездом (аналогично процент транзитных туристов растет из года в год).

Результаты исследования нельзя считать безоговорочными, в связи с учетом количества опрошенных. По нашему мнению, специалисты проекта «Портрет туриста» не полностью учли показатель «в целях посещения спортивных мероприятий», так как не интервьюировали иностранных туристов, прибывших на ЧМ 2018.

Следующий рисунок 3 отображает, чем туристы занимались в процессе посещения региона.



Рисунок 3 – Виды досуга в Республике Татарстан

Туристы в основном осматривали достопримечательности (67,6%), культурно обогащались (45,5%), посещали религиозные объекты (24%). 22% опрошенных посетили развлекательные мероприятия, что на 6,8% больше, чем в 2018 году. Всего 6,3% были на спортивных соревнованиях, в 2018 году данный показатель был выше (7,1%). 5% приехали исключительно с деловыми целями, 2,9% - поправить здоровье.

В рамках анализа использования спортивных объектов для развития туризма в регионе можно сделать вывод, что Республика Татарстан является крупнейшим активным участником федеральных и международных спортивных и иных мероприятий, способствующих развитию спортивно-туристической инфраструктуры. Однако, по данным исследовательского проекта «Туристический портрет», количество туристов, приезжающих в регион для участия в спортивных мероприятиях, находится на очень низком уровне. Исходя из этого, мы считаем, что для привлечения туристов необходимо расширить использование спортивных сооружений.

Прежде чем использовать спортивные сооружения для развития туризма, необходимо привлечь в регион больше туристов. Чтобы привлечь больше внимания туристов к Республике Татарстан, необходимо создать сильный бренд территории. Бренд территории - это стратегическое направление, направленное на повышение конкурентоспособности и привлекательности регионов.

Для увеличения бренда региона мы предлагаем следующие мероприятия:

- проведение фестивалей, конкурсов, выставок, конференций и т.п. на территории спортивных объектов;
- празднование юбилеев исторических и культурных событий с использованием спортивных объектов;
- разработка новых туристических маршрутов по местам расположения спортивных объектов;
- создание кинофильмов с использованием спортивных объектов для презентации региона и др.

Предлагаемые способы использования спортивных объектов позволяют региону привлекать больше туристов, участвовать в спортивных мероприятиях, осуществлять деловые и развлекательные поездки.

Заключение. На основании проведенного исследования работы можно сделать вывод, что сегодня спрос на спортивный туризм растет. Стоит отметить, что на спортивный туризм возлагаются большие надежды, и здесь, по мнению экспертов, есть огромный потенциал для развития внутреннего туризма. Вопрос в том, может ли государство помочь с законодательной базой, чтобы туроператоры могли заключать контракты и смело работать с маршрутами создавать спрос для снижения негативного воздействия массового туризма на окружающую среду.

Республика Татарстан имеет уникальные возможности для привлечения туристов. Кто-то придумывает идею, бренд, чтобы её продвигать. Здесь же не нужно ничего выдумывать, в Татарстане есть всё: и история, и возможности. Отсюда можно сделать вывод, что в современных условиях спортивный туризм является эффективным инструментом увеличения турпотока в дестинацию и драйвером ее социально-экономического развития с эффектом вовлечения местного сообщества, формирования здорового образа жизни и экологически ответственного поведения населения.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации : [принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 01.02.2023).
2. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для СПО / В. П. Бугорский. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 165 с.
3. Вагапова, Ф. Г. Анализ развития спортивно-событийного туризма в Республике Татарстан / Ф. Г. Вагапова, Л. А. Салимгареева, Л. С. Тимофеева // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – Том 11. – № 1 (71). – С. 49–57.
4. Гайнетдинов, В. И. КК-2017 и ЧМ-2018 по футболу как стимул к развитию спортивно-событийного туризма в Казани / В. И. Гайнетдинов, Р. Д. Габова, Л. И. Галимова // «ТУР-ФАКТОР 2018» - «Событийный туризм как главный фактор развития территории» : материалы IX Международной научно-практической конференции. – Казань : КФУ, 2018. – С. 13–18.
5. Карвунис, Ю. А. Особенности развития спортивного туризма на региональном уровне / Ю. А. Карвунис, Е. В. Негоденко, Л. В. Капилевич // Теория и практика физической культуры. – 2019. – № 11. – С. 18–19.
6. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2021 год // Государственный комитет Республики Татарстан по туризму : официальный сайт. – URL: http://tourism.tatarstan.ru/rus/documents.htm?pub_id=1752929 (дата обращения: 01.02.2023).
7. Министерство спорта Республики Татарстан : официальный сайт. – URL: <http://minsport.tatarstan.ru/> (дата обращения: 15.02.2023).
8. Проект «Портрет путешествующего по Татарстану» // Портал некоммерческих организаций Республики Татарстан : [сайт]. – URL: <https://npsort.nkort.ru/projects/portret-puteshestvuyushchego-po-tatarstanu.html> (дата обращения: 17.02.2023).
9. Ростуризм подвел туристические итоги чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России // Федеральное агентство по туризму : [сайт]. – URL: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/> (дата обращения: 17.02.2023).
10. Gibson, H. J. Active Sport Tourism: who Participates? / H. J. Gibson // Leisure Studies. – 17(2). – P. 155–170.
11. Weiler, B. Tour Guiding Research: Insights, issues and implications (Paperback) / B. Weiler, R. Black. – URL: <https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT181507.pdf> (дата обращения: 17.02.2023).

**Разработка экскурсионного маршрута
«По следам татарского мусульманского богослова Ш.Марджани»**

Гайсин Ильгизар Тимергалиевич

*доктор педагогических наук, профессор КФУ, РФ
rezedaax@list.ru*

Валиев Марат Ринадович

*старший преподаватель КФУ, РФ
rezedaax@list.ru*

Калимуллина Резеда Рафкатовна

*учитель географии высшей кв.кат. MAOU «Гимназия №139-ЦО» г. Казани, РФ
rezedaax@list.ru*

Аннотация. Туризм – это путешествие, в которое отправляется человек, ставя перед собой различные задачи: или отдохнуть и получить удовольствие, или узнать новое и расширить свой кругозор. Среди множества направлений и форм самым популярным является автобусный туризм, который дает возможность пассажирским автотранспортным предприятиям не только повысить рентабельность, но и решить проблему обеспечения устойчивости внедрения транспортных услуг в туристическую отрасль посредством расширения ассортимента выпускаемой продукции и переориентации рынков сбыта. В статье осуществляется проектирование автобусного экскурсионного тура «По следам татарского мусульманского богослова Ш. Марджани», дана характеристика основных туристических объектов по маршруту, выявлены объекты, которые необходимо реставрировать.

Ключевые слова: Экскурсионный маршрут, татарский богослов, просветитель Ш.Марджани, татарский поэт С.Хаким, село Большая Атня, древнее городище, древнейшая каменная мечеть, необходима реставрация.

The Development of the Touristic Track of the Tatar muslim divine Sh.Mardzhani

Gaisin Ilgizar

*Doctor of Pedagogical Sciences, Professor KFU, RF
rezedaax@list.ru*

Valiev Marat

*Senior Lecturer KFU, RF
rezedaax@list.ru*

Kalimullina Reseda

*The teacher of Geography of high qualification of MAOU «School Number 139» of Kazan, RF
rezedaax@list.ru*

Annotation. The tourism has got a lot of directions and forms, one of which is a couch tour, that gives a chance to rise both the profitability of the output of the vehicle and the use of it for tours. In this article there is a prospect of a couch tour around the track of the Tatar muslim divine Sh. Margzhani. Here you can trace the main touristic tracks of his tour. Some monuments should be restored.

Keywords: An Excursion track, a Tatar divine, an enlightener Sh.Mardzhani, a Tatar poet S.Khakim, the village Big Atnya, ancient stone mosque, the restoration is needed.

Автобусный туризм становится популярным среди туристов, так как дает возможность за короткое время посетить различные достопримечательности, в том числе и родного края. Поэтому проектирование автобусного экскурсионного тура «По следам татарского мусульманского богослова Марджани» очень актуально.

Данный экскурсионный тур дает возможность подробно ознакомиться с историей, культурой, традициями татарского народа, жившего до XIX века за Казанью. В представленном туре все объекты туристского показа объединены общей исторической тематикой, поэтому данный маршрут очень информативен и познавателен. Для создания комфортных условий для туристов на протяжении всего тура предусмотрены санитарные остановки, возможность видео - и фото - съемок, питание.

Данный экскурсионный тур рассчитан на группу из 15-20 человек. Потенциальный потребитель проектируемого экскурсионного маршрута – это человек активный, который стремится к познанию истории родного края, к самообразованию и самосовершенствованию. Планируется провести экскурсии для учащихся 8-11 классов различных учебных учреждений, а также для студентов. Данную поездку следует проводить в летнее время, так как некоторые объекты туристического показа не доступны в зимний период. Если данный маршрут окажется успешным, то его можно предложить и туристическим фирмам.

Экскурсионный автобусный тур проходит по следующему маршруту: г.Казань – д.Коморгузя - д.Кулли-Кими – с.Б.Атня – Ашиязское городище – д.Нижняя Береске-Казань.

Составлена технологическая карта посещений достопримечательностей (Таблица 1).

Таблица 1 – Технологическая карта экскурсии

Этапы перемещения по маршруту	Места остановок	Продолжительность осмотра	Основное содержание информации	Указания по организации
Казань	г.Казань, ул.К.Насыйри, д.10 (бывший дом Ш.Марджани)[4, С.71]-		Рассказ о вкладе Ш.Марджани в просвещение мусульман	
Школа им. Шигабутдина Марджани	д.Коморгузя Комсомольская, д.11	30 минут	Рассказ о биографии Ш.Марджани	Посещение музея
Музей Сибгата Хакима	Село Кулли-Кими, ул. Тельмана ,17	30 минут	Рассказ о татарском поэте С.Хакиме	Посещение музея
Атнинский государственный драматический театр им. Г.Тукая	Село Б.Атня, ул. Советская, 2А	20 минут	Рассказ об истории театра	Посещение здания театра, фотосессия
МБОУ «Больше атнинская СОШ»	С.Б.Атня, ул.Советская , 2		Рассказ о педагогах ? Вагизове, ? Валитовой	
Атнинский-Краеведческий музей. Дом купца Даутова	с. Б.Атня, ул. К.Маркса	10 минут	Рассказ о посещении татарского поэта Г.Тукая Атнинского базара	Посещение открытой экспозиции музея
Дом Вали бая	с.Б.Атня, ул.К.Маркса, д.30	30 минут	Рассказ об истории села	Обед в кафе «Чайхона»
Мечеть «Ахад»	с.Б.Атня,ул. Татарстана, д.5	10минут-20 минут	Рассказ о культовых сооружениях	Посещение мечети
Древнее мусульманское кладбище	д.Малая Атня	10 минут	Рассказ об истории кладбища	Осмотр надписей на надгробиях
Памятник археологии Ашиязское городище	д. Ашияз	10 минут	Рассказ об истории городища	Посещение городища
Старейшая в Татарстане каменная мечеть 1769 года.	д. Нижние Береске	20 минут	Подведение итогов экскурсии	Посещение мечети, фотосессия

Дорога из Казани до села Б. Атня – это старинный сухопутный путь из европейской части России в Сибирь. Этой дорогой ходил известный татарский мусульманский богослов, просветитель, философ, реформатор, этнограф, археограф, историк, востоковед, педагог с мировым именем Шигабутдин Марджани (настоящее имя Шигабутдин бин Багаутдин аль-Казани) Благодаря фундаментальному труду «Мустафад аль-ахбар фи ахваль Казан ва Булгар» Шигабутдин Марджани стал основоположником национальной исторической науки. Он очень много сделал для образования мусульман, изучая этногенез татарского народа. Марджани был первым, кто начал обучать татар русскому языку и светским наукам. Именно он написал историю татарского народа с древнейших времен до XIX века. Востоковед изучал наследие античной и арабской философии. Его неспроста называют «татарским Геродотом», написавшим 28 работ, которые известны в Турции, Ираке, Сирии, Египте и Индии. Просветитель долгое время жил и работал в Казани и был похоронен в 1889г. на Ново-Татарском кладбище Казани [2, С. 227-228].

По данному экскурсионному маршруту можно встретить села: Ябынчи, Коморгузя и Марьян. Они связаны с детством просветителя Ш.Марджани.

В селе Ябынчи (Епанчино) в 1818г. он родился. На месте фундамента родового дома установлена доска с указанием исторического объекта, а 5 лет назад был установлен памятник просветителю Ш.Марджани.

В деревне Коморгузя Атнинского района имя Шигабутдина Марджани носит школа. В ней открыт музей памяти востоковеда: здесь можно увидеть предметы быта, рассказывающие о жизни и деятельности просветителя, архивные документы и свидетельства людей, знающих философа.

Деревню Марьян (Мәржән) основал прадед Марджани Габделькутдус. В данной деревне на деньги деда Марджани – Гаделкарима ал-Марджани – была построена мечеть, в которой в 1936 - 1970 годах располагалась сельская школа, а с 1971 года находился сельский клуб. Огорчает, что древняя мечеть не выполняла свою основную функцию.

Свой псевдоним Марджани взял именно от названия селения Марьян (Мәржән). - [1, С.175]. Мусульманский богослов Шигабутдин Марджани почти 40 лет был имамом Соборной мечети Казани (ныне мечеть Аль-Марджани на ул. К.Насыри, д.17), где руководил медресе [1.С.176].

Одной из остановок экскурсионного маршрута является литературный музей известного татарского народного поэта, публициста, общественного деятеля Сибгата Хакима. В его родной деревне Кулли-Кими и расположен музей. Он работает с 1981 года. В музее несколько экспозиций: личные вещи поэта; выставка, посвященная поэтессе Лене Шакирзян и ее сестре Лауре, заслуженной артистке РТ; материалы о выпускниках сельской школы.

Сибгат Тазеевич Хакимов родился в деревне Кулли-Кими 4 декабря 1911 году (умер в 1986г.). Окончил сельскую школу, получил высшее образование и долгое время работал в Таткнигоиздательстве. В годы Великой Отечественной войны он храбро сражался и был награжден орденом Красной Звезды, орденом Отечественной войны II степени. За написанные им поэмы, стихи, сборники поэзии стал лауреатом премии РТ им.Тукая и РФ им. М.Горького, награжден орденом Октябрьской Революции, орденом Трудового Красного Знамени.

Значительная часть экскурсии предполагается в селе Большая Атня, которое является центром Атнинского района РТ. Этот населенный пункт, основанный в период Казанского ханства, расположен на реке Атня, в 65 км к северу от Казани с населением 3352 человек (на 1 января 2023г). Раньше через село проходила древняя Алатская торговая и почтовая дорога, соединяющая Казань с Вяткой и Малмыжем. Основными достопримечательностями села являются как исторические, так и современные места.

Новое здание Атнинского государственного драматического театра им. Габдуллы Тукая на 264 места было построено в селе Большая Атня в 2010 году.

Атнинский театр – единственный в Татарстане сельский театр, имеющий статус государственного (с 2011г). Он имеет богатую историю: первая постановка состоялась в декабре 1918 года с постановки спектакля «Птица счастья» по пьесе казанского артиста Фахриева [5].

Сельская начальная 4-х летняя школа была открыта в 1924 году. На данный момент - это МБОУ «Большеатнинская СОШ», в которой 37 учителей учат 450 учащихся. Новое здание школы было построено совсем недавно. Школа имеет богатую историю. В ней учились все жители села Большая Атня.

Самое интересное, что в этой школе, еще в старом здании работали известные авторы учебников татарского языка: Салей Вагизов и Рамзия Валитова. Они работали над учебником «Татар теле» пять лет, два года из них - в селе Б. Атня.

Салей Вагизов — заслуженный учитель Татарстана, отличник народного образования РФ, лауреат премии имени К. Насыри РТ, награжден медалью Ушинского. Умер в 2005 году в Арске в возрасте 96 лет.

На долю ученого выпало много испытаний: рано осиротел, война, фашистский плен и лагеря ГУЛАГа, запрет на работу и признание заслуг. Сулейман (так звали его в детстве) в шесть месяцев остался без отца. Мать не смогла воспитывать своего сына, так как родители мужа отдали своего внука на воспитание бездетной семье. В этой семье подлинное имя Сулейман сократилось до имени Салей, а фамилия Халиуллин была заменена на фамилию приемного отца – Вагизов.

Когда Салею исполнилось 13 лет, он теряет приемного отца, Гататдина, и остается жить с мачехой. Вагизов, окончив в Казанский пединститут, уезжает работать в Арск.

Во время Великой Отечественной войны он ушел на фронт и попал в окружение, где был взят в плен. А поскольку из плена Вагизова вызволили американские войска, на родине его посчитали изменником и отправили в лагеря ГУЛАГа на 10 лет. После освобождения он продолжил педагогическую деятельность. В 1960-х годах вместе с супругой Рамзией Валитовой начал работу над методическими пособиями по татарскому языку, книгами для чтения, учебниками по татарскому языку, пособиями «Рәсемле элифба», «Кызыклы грамматика». Салей Вагизов в соавторстве с женой издал 40 учебников и пособий, которыми пользуются и по сей день в национальном образовании.

В честь авторов татарской азбуки в Арском педагогическом колледже был создан музей «Элифба».

Атнинский краеведческий музей Дом купца Даутова, построенный в 1895 году, сохранился до наших дней, хотя раньше в этом здании располагался военкомат, позже - общежитие. Усадьба купца второй гильдии Гатауллы Даутова состоит из двухэтажного жилого дома, сарая, кладовых, бани, забора, двух ворот и каменного магазина, так как он торговал товарами бакалеи и мануфактуры. Сейчас музей находится на реставрации.

Еще один памятник старой архитектуры, объект культурного наследия республиканского значения, сохранившейся до наших дней, это - дом Вали бая в селе Б.Атня. Он был построен в 1886 году в стиле татарской архитектуры: на первом этаже располагался кирпичный, побеленный магазин, на втором этаже в пятистенном срубе - жилая часть дома. Сам Вали бай, имея доходные дома в Казани, в дальнейшем, разбогатев, оставил свой дом, переехав в Москву.

Мечеть «Ахад» - современное культовое сооружение, которое было построено в 1994-97 годах. На сегодняшний день действующая мечеть села Б.Атня.

Древнее мусульманское кладбище - это памятник археологии федерального значения XVI века с древними надгробьями (Номер объекта: 1600262000). Кладбище находится между селами Большая и Малая Атня. В период коллективизации на территории кладбища был разбит яблоневый сад и древние надгробья были в запустении. На данный момент необходимо огородить эти надгробья, чтобы сохранить памятник археологии для будущих поколений.

Более древний памятник археологии федерального значения I тыс. н.э. - Ашиязское городище (Номер объекта: 1600255000). Оно известно со времен Волжской Булгарии, Золотой Орды и Казанского ханства, расположено недалеко от деревень Айшияз и Кубьянь. Городище находится на горе Кала тау на высоком берегу старого русла реки Ашит. Местное население, связывая это место с правителями Волжской Булгарии X века, называет его «Ханским кладбищем». При раскопках были обнаружены материалы, на основании которых ученые предполагают, что городище еще в IV–VII веках местное языческое население использовало в качестве убежища, а позднее, в период Золотой Орды и Казанского ханства, это место являлось одним из северных форпостов татарского государства. Об этом, в частности, писал «татарский Геродот» Шигабутдин Марджани [6].

Старейшая в Татарстане каменная мечеть 1769 г. расположена в деревне Нижние Береске. Она построена на деньги уроженца деревни Ибрагима Бурнаева, который получил разрешение на строительство у Екатерины II. Ибрагим Бурнаев — крупный торговец, землевладелец, благотворитель, основатель купеческой династии Бурнаевых. [4, С.171-172] Он, говоря словами Ш.Марджани, являлся «...богачейшим предпринимателем, благотворителем, построившим множество мечетей и медресе...». В 1774 году И. Бурнаев подарил одной из мечетей Казани древний почитаемый рукописный Коран. На северо-западной окраине села Н.Береске обнаружены 7 надгробий, датируемых XVI веком и остатки мавзолея семьи купцов Бурнаевых, которые необходимо восстановить.

У нашего региона есть все возможности для развития туризма. Для того, чтобы данный экскурсионный маршрут пользовался успехом, необходимо провести реставрационные работы в селе Ябынчи (восстановить родовой дом Марджани), закончить реставрационные работы в краеведческом музее села Большая Атня, сделать ограждение памятников старейшего мусульманского кладбища в селе Б.Атня, восстановить мавзолей семьи купцов Бурнаевых в деревне Н.Береске. Тогда данный экскурсионный маршрут будет более привлекателен для туристов.

Историко-культурное наследие России - это важнейшее конкурентное преимущество туристской отрасли страны, которое необходимо развивать.

Библиографический список

1. Гарзавина, А. В. Знаменательные люди о Казани и Казанском крае / А. В. Гарзавина, И. А. Новицкая. – Казань : Жиен, 2005. – с. 424.
2. История Казани. Книга 1 / АН СССР ; Казан. фил. Ин-т яз., лит. и истории. – Казань : Татарское кн.изд-во, 1988. – 352 с.
3. Мортазин, М. Г. 150 атаклы татар турында. Кызык та, кызганыч та / М. Г. Мортазин // Публицистик язмалар. – Казан : Мәгариф-Вақыт нәшр, 2002. – 2384 с.
4. Салихов, Р. Р. Республика Татарстан: Памятники истории и культуры татарского народа (конец XVIII– начало XX веков) / Р. Р. Салихов, Р. Р. Хайрутдинов. – Казань : изд-во «Фест», 1994. –280 с.
5. Большая Атня // Википедия : [сайт]. – URL: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B0%D1%8F_%D0%90%D1%82%D0%BD%D1%8F (дата обращения: 14.01.2023).
6. . Большая Атня // Марийские Лесоходы : [сайт]. – URL: <https://komanda-k.ru/%D0%A2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD/%D0%B1%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B0%D1%8F-%D0%B0%D1%82%D0%BD%D1%8F> (дата обращения: 18.01.2023).

Развитие научного туризма в Республике Алтай**Сафонова Оксана Владимировна***доцент кафедры биологии и химии, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, Россия, г. Горно-Алтайск
oksvarias@mail.ru***Сафонова Варвара Юрьевна***ассистент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики, Горно-Алтайский
государственный университет, Россия, г. Горно-Алтайск
safonova_varvara@mail.ru***Окашева Нурлана Амантаевна***младший научный сотрудник лаборатории экологической генетики и селекции
растений, Горно-Алтайский государственный университет, Россия, г. Горно-Алтайск
onur_lana@mail.ru***Худякова Надежда Ефремовна***доцент кафедры биологии и химии, кандидат сельскохозяйственных наук, Горно-Алтайский
государственный университет, Россия, г. Горно-Алтайск
nch752@bk.ru*

Аннотация. Разнообразие видов туризма в Республике Алтай позволяет человеку выбрать подходящий именно для него. Одним из важнейших условий, влияющих на развитие туризма, является обеспечение кадровой и научной базы сферы туризма. В статье проводится анализ возможностей Республики Алтай и университета в направлении развития научного туризма.

Ключевые слова: туризм, научный туризм, Республика Алтай.

Development of scientific tourism in the Republic of Altai***Safonova Oksana****Associate Professor of the Department of Biology and Chemistry, Candidate of Agricultural
Sciences, Associate Professor, Gorno-Altai State University, Russia, Gorno-Altai
oksvarias@mail.ru****Safonova Varvara****Assistant Professor, Department of Economics, Tourism and Applied Informatics, Gorno-Altai State
University, Russia, Gorno-Altai
safonova_varvara@mail.ru****Okasheva Nurlana****Junior Researcher, Laboratory of Ecological Genetics and Plant Breeding, Gorno-Altai State
University, Russia, Gorno-Altai
onur_lana@mail.ru****Khudyakova Nadejda****Associate Professor of the Department of Biology and Chemistry, Candidate of Agricultural
Sciences, Gorno-Altai State University, Russia, Gorno-Altai
nch752@bk.ru*

Annotation. A variety of types of tourism in the Altai Republic allows a person to choose the right one for him. One of the most important conditions affecting the development of tourism is the provision of a personnel and scientific base for the tourism sector. The article analyzes the possibilities of the Republic of Altai and the university in the direction of the development of scientific tourism.

Keywords: tourism, scientific tourism, Altai Republic.

Республика Алтай в последние годы находится в тройке лидеров по увеличению турпотока. Но большее число гостей предпочитают семейный туризм. Реже встречается культурно-исторический, спортивный, событийный и экотуризм. Следует отметить, что в чистом виде все эти виды туризма отмечаются не часто, в основном люди приезжая на Алтай стараются увидеть и попробовать все, что предлагает развивающийся турбизнес региона. За короткую поездку люди спешат получить наибольшее число впечатлений и от красот живой и неживой природы, рафтинга, катания на лыжах, национальной культуры и истории. Есть те, кто предпочитает в тишине природы просто побыть одному и восстановить здоровье. Совсем недавно стал развиваться и агротуризм. Хотя таких примеров не много, но получить удовольствие от сельскохозяйственных работ, можно в нескольких районах республики, например в Кош-Агачском. К сожалению, совершенно не представлен в республике научный туризм.

Научный туризм – это не основной вид туризма, хоть и в последнее время все шире встречается за рубежом. Многие авторы пытаются сделать научную основу и классификацию, но нормативно-правовых актов, регулирующих этот вид туризма, нет. Что осложняет контроль и не позволяет сделать правильную оценку деятельности в этом направлении.

Под научным туризмом понимают тип туризма, целью которого является участие в тех или иных научных программах, без извлечения туристом материальной выгоды. Существует подход, который характеризует научный туризм как поездки с целью участия в различных конгрессах, симпозиумах и совещаниях [1].

Анализируя различные определения научного туризма можно сделать вывод, что суть большинства из них сводится к следующему: научный туризм - это осуществление исследовательской (научной) деятельности, на конкретной территории, не являющейся местом постоянного проживания туриста без извлечения материальной выгоды.

Отличительной характеристикой научного туризма является привлечение туриста к исследованиям с целью получения научного знания, а не просто расширение кругозора и созерцании природных, культурных или исторических объектов. Познавательная часть позволяет туристам приобщиться к различным направлениям научных исследований, развивая при этом новый склад мышления и мировоззрения [2].

Русское географическое общество (РГО), выделило всего два основных вида научного туризма:

1. Экспедиционный научный туризм в составе полевого отряда научной организации.
2. Самостоятельный научный туризм на свой страх и риск.

Экспедиции можно разделить на следующие типы:

- изучение флоры и фауны;
- изучение уникальных климатических зон;
- этнографические;
- геологические;
- археологические и др.

В настоящее время научный туризм может подразделяться на три основных вида:

1. Ознакомительный научный туризм - заключается в знакомстве с природными и культурными объектами и системами и профессиональные научные пояснения, и комментарии специалистов. По своему содержанию и цели ничем не отличается от обычного познавательного туризма.

2. Вспомогательное участие: участник научного тура принимает участие в исследованиях по мере своих физических и научных возможностей. Может выполнять некоторые виды работ, не требующих длительного обучения и подготовки. По сути это экспедиционный научный туризм.

3. Самостоятельные исследования: путешественник при взаимодействии с научным персоналом выполняет, какую-то часть исследования в рамках общей темы экспедиции-тура путешествия и в зависимости от квалификации могут быть как обычными увлекательными турпоездками, так и полноценными научными экспедициями [2, 3].

Сравнивая количество туристов, использующих тот или иной вид туризма, следует отметить, что доля научного туризма не велика. Да и вряд ли она сможет значительно увеличиться в силу своей специфики.

Алтай обладает большими ресурсами по развитию научного туризма, а именно:

- наличием системы научных исследований в разных областях знаний, сосредоточением которых является Горно-Алтайский государственный университет;
- большим разнообразием природных ландшафтов и климатических зон;
- уникальным этнографическим материалом;
- памятниками природы, в том числе внесенные ЮНЕСКО в «Список Всемирного культурного и природного наследия»;
- наличием народных промыслов.

Наиболее перспективными направлениями научного туризма являются: естественнонаучное; археологическое; экологическое и этнографическое.

Рассматривая на примере проведения экспедиций зоологического и ботанического направлений, можно отметить, что в таких путешествиях могли бы принимать участие как специалисты в этих областях знаний, так и лица, не имеющие специальных биологических и экологических профессиональных компетенций. В команде специалистов люди с не профильной подготовкой смогут получить навыки исследовательской работы, изучить методы наблюдения и проверить их на практике, научиться собирать полевой материал, а так же получают впечатления от окружающей природы и познавательной деятельности. Для специалистов присутствие в экспедиции лиц, не имеющих специализированной профессиональной подготовки, с одной стороны дополнительные трудности, так как требуется контроль за соблюдением правил техники безопасности и обучению навыкам работы, так и дополнительная нагрузка по обустройству быта. С другой стороны присутствие в команде большего числа людей хорошая помощь в организации сбора полевого материала и учета численности животных и растений. В любом случае организация таких мероприятий требует дополнительной подготовки и наличием ограничений. Так, ограничением может стать число участников экспедиции-тура, так как необходимо учитывать антропогенную нагрузку на изучаемую территорию. Кроме этого, ограничением может послужить состояние здоровья туриста, его мотивация и желание работать в коллективе и учитывать правила поведения при проведении научных исследований.

При организации научных туров по другим научным программам, так же может иметь свои требования, плюсы и минусы. Нужно учитывать все нюансы и основным критериями должны служить безопасность всех лиц и сохранение природной, культурной и исторической сред.

Необходимо разработать систему развития научного туризма, и инициатором этого вполне мог бы стать университет. Горно-Алтайский государственный университет, который обладает квалифицированными кадрами способными организовывать и проводить научные туры. У университета большой опыт организации экспедиционных исследований, что позволяет организовывать туры как с сугубо научной целью, так и с ознакомительными задачами. Обладает необходимой ресурсной базой для проведения полевых исследований в различных областях знаний.

Библиографический список

1. Glossary Commander: Служба тематических толковых словарей : [сайт]. – URL: <http://www.glossary.ru/cgi-bin> (дата обращения: 30.11.2011).
2. Холодилина, Ю. Е. Теоретические аспекты развития научного туризма в регионе / Ю. Е. Холодилина // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 13 (132). – С. 500–505.
3. Клуб путешественников «Your Expedition» : [сайт]. – URL: <http://ntour.ucoz.ru/index/0-8> (дата обращения: 27.11.2011).

Развитие экологического туризма на территории Республики Алтай**Янковская Ксения Геннадьевна***доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,**кандидат экономических наук, доцент,**Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск**ksysha.78@mail.ru***Кобылина Антонина Петровна***студентка экономико-юридического факультета, направление подготовки Туризм,**Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск**832-08@edu.gasu.ru*

Аннотация. Республика Алтай относится к регионам со значительными перспективами развития экологического туризма. В статье приведены результаты опроса по исследованию мнения местных жителей о перспективах развития экологического туризма на территории Республики Алтай. Исследование проводилось осенью 2022 года, и основной целью было выявить насколько перспективным является развитие экологического туризма в республике.

Ключевые слова: туризм, экотуризм, регион, экотропа.

Development of ecological tourism in the territory of the Republic of Altai**Yankovskaya Ksenya***candidate of economic Sciences, associate Professor,**associate Professor at the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,**Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk**ksysha.78@mail.ru***Kobylyina Antonina***student of the Faculty of Economics and Law, field of study Tourism,**Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk**832-08@edu.gasu.ru*

Annotation. The Republic of Altai belongs to the regions with significant prospects for the development of ecological tourism. The article presents the results of a survey on the study of the opinion of local residents about the prospects for the development of ecological tourism in the territory of the Altai Republic. The study was conducted in the autumn of 2022, and the main goal was to identify how promising the development of ecological tourism in the republic is.

Keywords: tourism, ecotourism, region, ecotrail.

Республика Алтай отличается уникальностью, контрастностью и географической спецификой природных рекреационных ресурсов. С развитием туризма на территории Горного Алтая большой урон понесла местная экология. Негативные воздействия туризма на природную среду, которые еще совсем недавно недооценивались, сегодня становятся объектом все более пристального внимания. Такие воздействия разнообразны и многочисленны: загрязнение природных объектов; потребление природных ресурсов; застройка земель; деградация природных ландшафтов; угроза для дикой природы и мест обитания с вытекающей из этого потерей биоразнообразия, наконец, нарушение местных обычаев и общественных структур, - всё это приводит к тому, что на данный момент развитие экотуризма в Республике Алтай является не только перспективой, но и необходимостью.

На сегодняшний день существует множество подходов к определению такого понятия, как «экотуризм».

Одно из первых успешных определений было представлено Цебаллосом Ласкурья. По его мнению, экотуризм включает такую категорию туристов, которые совершают путешествие к условно ненарушенным либо экологически чистым территориям, с характерными им специфическими объектами восхищения, изучения; с ландшафтными видами и обитающими там представителями местной флоры и фауны.

Иное определение дано Сообществом экотуризма (США): экотуризмом является путешествие к объектам относительно дикой, и нетронутой техногенной рукой человека, природы с целью, не вторгаясь в экосистемы и не нарушая их целостности, получить представление о природных, культурных, этнографических особенностях этой территории, создающих такие социально-экономические условия, когда охрана природы выгодна для местных представителей.

Можно представить еще одно из определений, экотуризм - это симбиоз путешествия с экологически чутким отношением к природе, который дает возможность рекреантам совместить две полезные вещи в одном туре: знакомство с новыми ландшафтами, изучение природных объектов с возможностью их защиты.

Республика Алтай - регион, где одним из приоритетных направлений экономики должно стать развитие рекреационных услуг.

В процессе работы были привлечены жители Республики к определению перспектив развития экотуризма в Горном Алтае.

В тестирование принимали участие люди шести возрастных категорий: до 18 лет (11%), от 18 до 25 лет (34%), от 26 до 35 лет (25%), от 36 до 45 лет (11%), от 46 до 60 лет (14%), и старше 60 лет (3%). Из них 85,7% - женщины, 14,3% - мужчины.

Согласно анкетированию: 42,9% проголосовавших - рабочие (служащие), 25,7% - студенты, 17,1% - занимаются другим видом деятельности, равное количество школьников и пенсионеров (5,7%) и 2,9% безработных.

При ответе на вопрос «Какие виды туризма Вы предпочитаете?» равное количество пользователей проголосовало за культурно-познавательный и лечебно-оздоровительный туризм – 29,6%, 20,4% предпочитают экологический туризм, 7,4% - этнический, 1,9% - религиозный и другие виды туризма – 11,1% (рисунок 1).

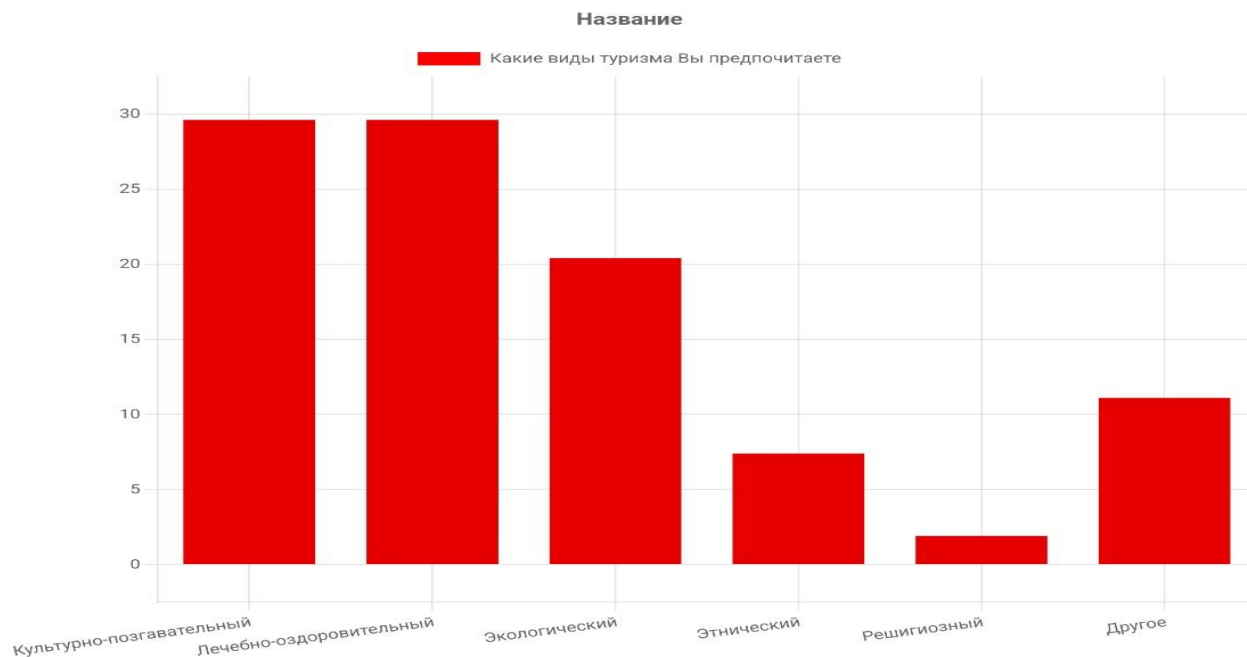


Рисунок 1 – Какие виды туризма Вы предпочитаете?

Для 85,7% опрошенных природа является целью их туристических поездок, 8,6% предпочитают поездки в город, а 5,7% - на пляж (рисунок 2).

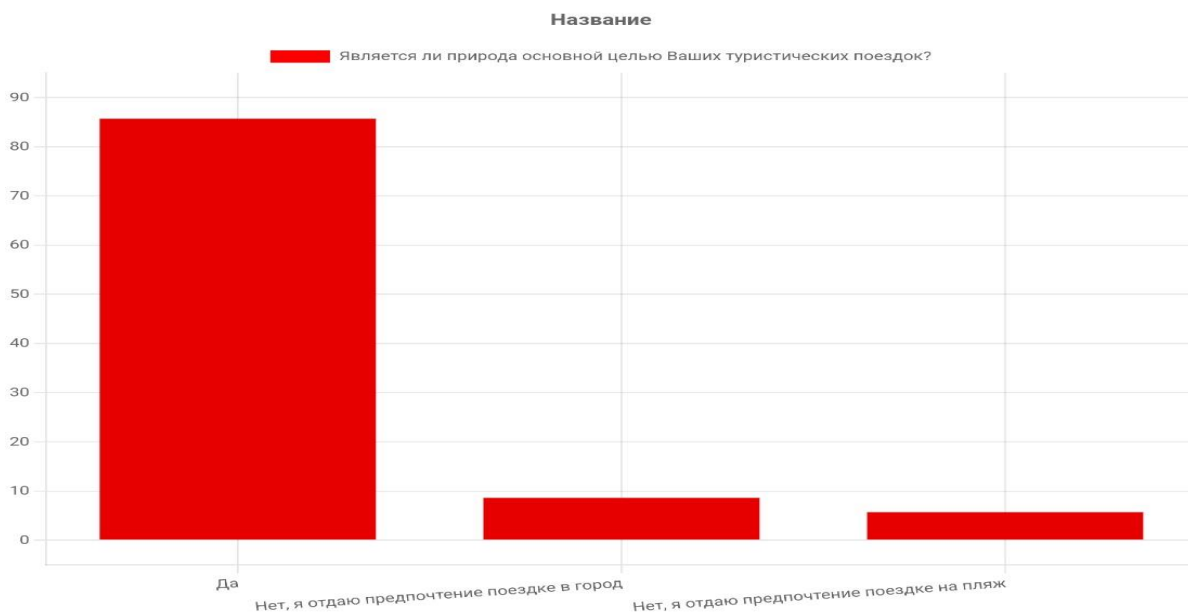


Рисунок 2 – Основная цель туристских поездок

С таким термином как «экотуризм» сталкивалась большая часть опрошенных – 77,1%. Лишь двое человек из 35 не имеют представления о таком понятии – 5,7% и 17,1% затруднились ответить.

На данный момент больше половины анкетированных не имели возможности принять участие в экологическом туре – 82,9%, 14,3% в экологическом туре были, и один человек (2,9%) выбрал позицию «затрудняюсь ответить» (рисунок 3).

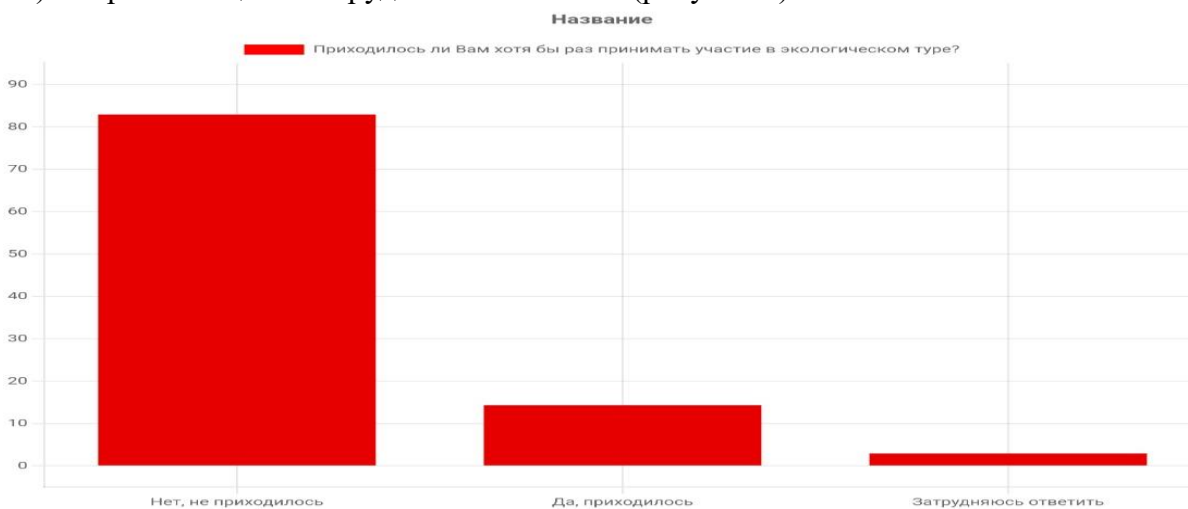


Рисунок 3 – Принимали ли вы в экологическом туре?

71,4% опрошенных уверены, что на территории Республики Алтай необходимо развивать экологический туризм, 20% - затруднились с ответом и 8,6% считают, что потребности в экотуризме у местного населения нет.

Вид экотуризма, который набрал большее количество голосов - активный рекреационный - 42,9%, далее познавательный экотуризм - 33,9% и пассивный рекреационный - 23,2%.

Во время анкетирования люди должны были отметить 3 наиболее подходящие занятия в эко-туре.

1. Активные занятия – 24,7%
2. Наблюдение за животными -18,3%
3. Экскурсии по экотропе – 18,3%

Также в число обязательных занятий были внесены: экскурсии в музеи, посещение вольеров, дендрариев, а также лекции на тему экологических проблем (рисунок 4).

Почти все проголосовали за летний период, как наиболее подходящий для участия в экологическом туре - 91.4%, двое человек выбрали осень и один весну.

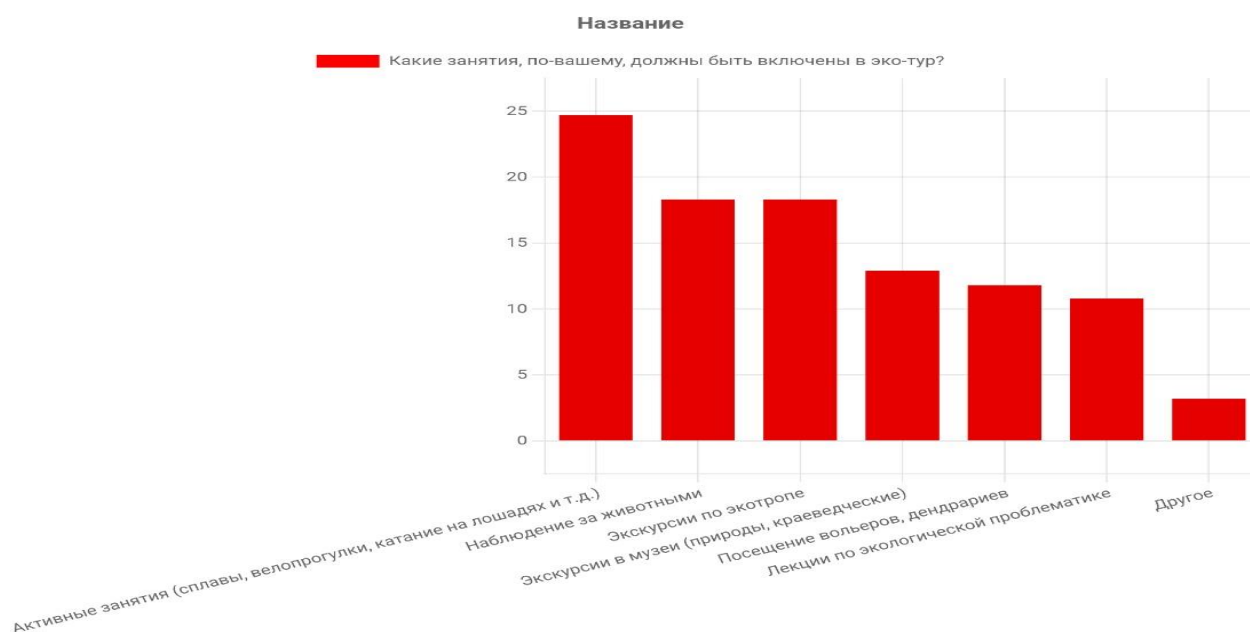


Рисунок 4 – Занятия, включаемые в эко-тур

Информирование населения о проведении, согласно мнению большинства, лучше проводить через интернет-связи – 38,5%, за рекламу на местных телеканалах проголосовало 24,2%, за плакаты и афиши – 15,4%. И наименьшее число анкетированных выбрало радио, газеты и другие способы донесения информации до местных жителей (рисунок 5).

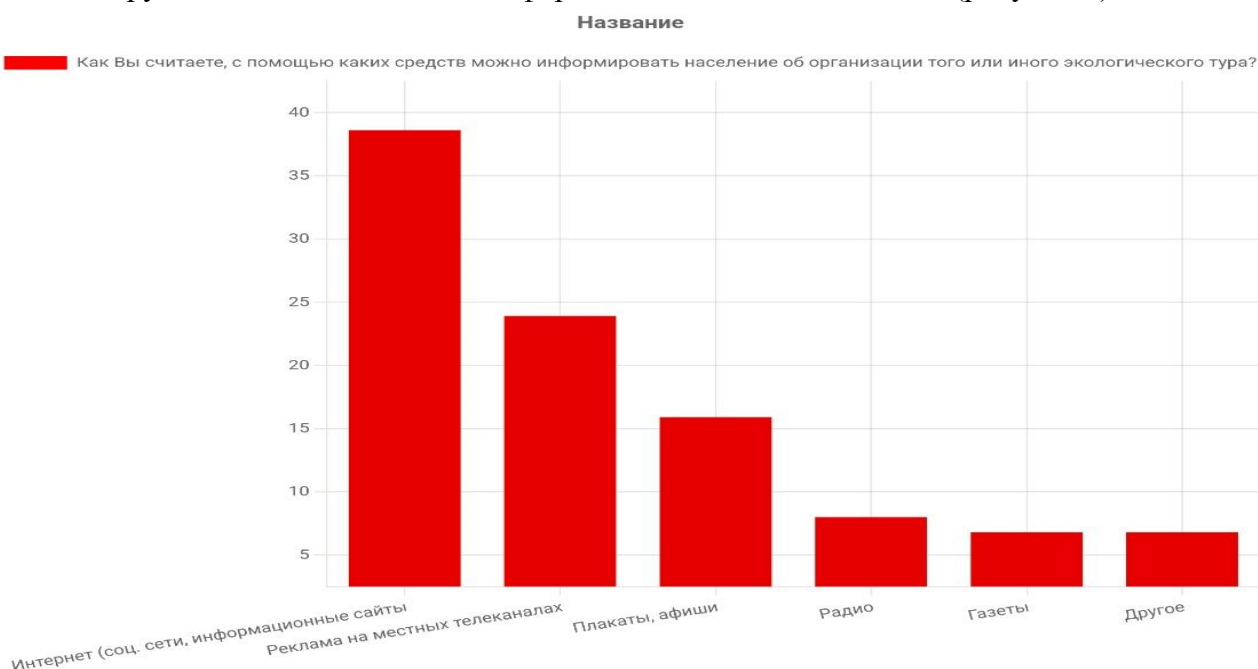


Рисунок 5 – Способы донесения информации

Ответы на следующий вопрос: «Согласились бы Вы во время экотура оказать какую-либо помощь посещаемой территории?», - разделились следующим образом:

48% согласны поработать несколько часов по благоустройству;

- 36% согласны купить сувенирные изделия;
- 12% согласны внести благотворительный денежный взнос;
- 4% проголосовавших дали отказ.

Затрагивая материальную составляющую в вопросе об организации экотуров 58,3% готовы ежегодно тратить на экотуризм сумму от 1000 до 10000 руб, менее 1000 руб. – 36,1%, и затратить на экологический туризм сумму более 10000 руб. согласно двое из тридцати пяти опрошенных, что составило всего лишь 5,6%.

Исходя из исследованных выше данных, можно заключить, что местный потребитель знаком с такой услугой, как экотуризм, но, к сожалению, участие в нем не принимал вне зависимости от возраста или же направления деятельности. Здесь возникает вопрос: «Если местное население не имеет представления о том, что на Алтае существуют такого рода туры, то как об этом смогут узнать туристы с других регионов нашей страны». Поэтому, мне кажется, что для большей популяризации экологического туризма необходимо расширить внимание распространению рекламной информации о нем в СМИ, Интернете и других средствах. Местное население заинтересовано в данном виде туризма и готово содействовать материальной поддержкой. Уделяя должное внимание развитию данной части туристической индустрии, то это поможет Республике не только увеличить количество потребителей турпродуктов, но и сохранить природный потенциал, а также улучшить экологические условия на территории Горного Алтая.

Библиографический список

1. Гусанов, А. А. Исследование понятийного аппарата экологического туризма / А. А. Гусанов // Вестник университета (ГУУ). – 2010. – № 1. – С.34–36.
2. Жигула, Л. Д. Экологический туризм: предпосылки зарождения, формирование понятия и современные тенденции развития / Л. Д. Жигула // Вологодские чтения. – 2012. – № 65. – С. 12–13.
3. Жохова, В. В. Оценочные критерии конкурентоспособности эколого-туристского продукта / В. В. Жохова // Сборник межвузовской научно-практической конференции. – Находка : Изд-во ИТиБ, 2014. – С. 8–9.
- 4 Затеев, А. А. Актуальные проблемы экологического туризма в современной России / А. А. Затеев // География в школе. – 2011. – № 3. – С. 61–63.

УДК 379.851

О перспективах развития паломнического туризма в Республике Алтай

Байлагасов Леонид Васильевич

*доцент кафедры географии и природопользования, кандидат географических наук,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
kfg@gasu.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития паломнического туризма на территории Республики Алтай. Показано, что в регионе есть подходящие условия для организации и проведения как минимум двух видов паломнического туризма – духовного светского и спортивного. Ведущим объектом для посещения выступает гора Белуха, в первом случае как так называемое «место силы», во втором, как высшая точка Горного Алтая и всей Сибири. Религиозное и культурно-познавательное паломничество в Республике Алтай развиты слабо в виду отсутствия или недостаточной известности соответствующих данным видам туризма объектов для посещения.

Ключевые слова: Республика Алтай, паломнический туризм, перспективы развития.

On the prospects for the development of pilgrimage tourism in the Republic of Altai

Baylagasov Leonid

Annotation. In this article are examined the prospects for the development of pilgrimage tourism on the territory of the Altai Republic. It is shown that the region has suitable conditions for organizing and conducting at least two types of pilgrimage tourism - spiritual secular and sports. The leading object to visit is Mount Belukha, in the first case as the so-called «place of power», and in the second one, as the highest point of the Altai Mountains and of all Siberia. Religious and cultural-educational pilgrimages in the Altai Republic are poorly developed due to the lack or insufficient popularity of objects for visiting corresponding to these types of tourism.

Keywords: Republic of Altai, pilgrimage tourism, development prospects.

К паломническому туризму относятся четыре разновидности туризма – это религиозное, духовное светское, культурно-познавательное и спортивное паломничества [6]. Исходя из этой классификации рассмотрим состояние и перспективы развития данных видов туризма на территории Республики Алтай.

К **религиозному паломничеству** относятся все виды путешествий верующих людей различного рода святыням, находящихся вне пределов их постоянного места жительства. Паломничество характерно для многих религий.

На территории Горного Алтая из трех мировых религий – христианства, ислама и буддизма – в разной степени представленности присутствуют все три. В то же время на территории Республики Алтай отсутствуют известные в масштабах даже Сибири различного рода религиозные святыни, соответственно религиозное паломничество в регионе практически не развито.

Отметим, что вероятно к религиозному паломничеству (или к его разновидности) следует отнести ежегодно проходящий в Республике Алтай православный крестный ход. В частности, по сообщениям региональной прессы [16], в 2019 году со 2 по 14 августа по благословению архиепископа Каллистрата прошел XIII крестный ход «По стопам миссионеров Алтайских» по новому маршруту: Акташ – Кош-Агач – Ташанта. Всего 191,5 км. В Крестном ходе участвовали четверо священнослужителей из Горноалтайской и Бийской епархий, паломники из Республики Алтай, а также из Москвы, Уфы, Томска, Новосибирска, Бердска, Иркутска, Барнаула, Белокурихи, Кемерово, Киселевска, Таштагола, всего число крестоходовцев – до 104 человек.

В 2020 и 2021 гг. крестный ход не состоялся по причине пандемии, а в 2022 году – 76 человек в возрасте от 1,5 до 70 лет в течение 10 дней прошли 213,6 км от с. Онгудай до с. Коргон Усть-Канского района. В 14 Крестном ходе приняли участие жители Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Кемерово, Иркутска, Томска, Барнаула и Алтайского края, Горно-Алтайска и сел Республики Алтай [14].

К **духовному светскому паломничеству** относятся сакральный, эзотерический, ноосферный и подобные им виды туризма, связанные с самосовершенствованием, духовным очищением, постижением тайн Вселенной и т.п. [6]. В качестве объектов посещения выступают различные природные и историко-культурные объекты. Данный вид паломничества нередко предполагает посещение так называемых «мест силы», обладающих особой энергетикой и т.п.

Территория Республики Алтай обладает многими особенностями, привлекающими различные категории туристов. По мнению Г.С. Самойловой [13], Горный Алтай в целом по уникальности ландшафтов и природных ресурсов не имеет себе равных не только в Сибири, но и в Центральной Азии. А.Д. Арманд [2] отмечает особенности географического положения Горного Алтая в центре Азии, а также уникальность его растительного и животного мира.

Отдельные природные объекты в Горном Алтае являются особо притягательными для духовных светских паломников, в частности гора Белуха, являющаяся высочайшей точкой Сибири и одной из крупнейших горных вершин России. Отмечается [11, с. 87], что «Белуха – величайший монумент природы – «святыня» Алтайских гор. Ее аура настолько притягательна, что на протяжении многих столетий влечет к себе путешественников, туристов, писателей, художников и ученых».

На особый биоэнергетический потенциал горы Белухи одним из первых обратил внимание Н.К. Рерих, посетивший Усть-Коксинский район в 1926 году. С того времени район стал своеобразной Меккой для поклонников его творчества. Начиная с 1970 годов окрестности Белухи и в целом Усть-Коксинский район помимо последователей Н.К. Рериха посещает и множество других людей, преследующих цели духовного очищения [4-5].

А.Н. Дмитриев, А.Ф. Белоусов [8] считают, что на Алтае отмечается феномен особого воздействия горных сооружений на психику человека. Возможно это проявляется через геофизические поля и различные природные аномалии. В частности, район горы Белухи, обладая высокой специфичностью геолого-геофизической среды, является носителем мощных энергетических потоков и процессов.

Высокие горы, к которым относится и гора Белуха, обладают особой привлекательностью. Как отмечает Э. Бернбаум [7, с. 35-36]: «будучи высочайшими и впечатляющими чертами ландшафта, горы вполне естественно вызывают чувство восхищения и благоговения. /.../ Под воздействием этих впечатлений люди во всем мире, даже принадлежащие современному светскому обществу, испытывают в горах нечто такое, что насыщает их священной аурой. /.../ Святость гор освящает культурные и духовные аспекты, которые глубоко воздействуют на восприятие и отношение людей к природе. /.../ Горы – это самые большие образования естественного ландшафта, которые можно воспринимать непосредственно. Хотя реки намного длиннее, однако из одной точки их нельзя увидеть целиком – от истока до устья. Фактически горы действуют как микрокосмы окружающей среды, воспринимаемой как единое целое. Поэтому священные горы дают нам самую лучшую картину тех сторон природы, которым поклоняются различные сообщества и к которым они испытывают глубокие чувства, стремясь защитить их».

Вышеотмеченные особенности во многом объясняют особую привлекательность Белухи.

Таким образом, часть туристов посещает Белуху из-за ее особой энергетики. В путеводителе по Алтаю [1] это описано следующим образом: «Также паломники ходят к подножию Белухи./.../ Гора Белуха воспринимается ими как своего рода аналог Джомолунгмы (Матери мира), и до сих пор последователи Рериха едут на Алтай, дабы подзаправиться «космической энергией» или еще чем-то в этом роде, подразумевается, что Белуха – это своего рода антенна – приемник этой энергии. Говорят, что Белуха открывается космосу в августе – именно на этот месяц приходится наибольшее число паломников».

Помимо горы Белухи в Горном Алтае имеются и другие потенциальные объекты для посещения духовными светскими паломниками, в частности озеро Телецкое и плато Укок.

Культурно-познавательное паломничество предполагает посещение преимущественно культурно-исторических объектов, включая религиозные, и знаменитостей. Отмечается [6], что к данному направлению можно также отнести научные поездки специалистов и туры экскурсионно-познавательной направленности в религиозном туризме. В качестве объектов посещения могут выступать известные религиозные объекты, знаменитые музеи, исторические места и т.п. Подобные туры способствуют удовлетворению культурно-познавательных потребностей человека.

В Республике Алтай в настоящее время нет всемирно известных культурно-исторических объектов, привлекающих повышенное внимание многих туристов, поэтому данный вид туризма слабо развит в регионе. Тем не менее, некоторые объекты потенциально могут стать таковыми в будущем. В частности, это национальный музей имени А.В. Анохина

со многими экспонатами, включая так называемую «принцессу Алтая», музей Н.К. Рериха и старообрядческий музей в с. Верх-Уймон Усть-Коксинского района.

Горный Алтай является одним из возможных мест нахождения Беловодья – легендарной страны, которую более столетия искали старообрядцы, а также Шамбалы, мифической страны в индуизме. И Беловодье, и Шамбала до сих пор вызывают большой интерес у поклонников творчества Н.К. Рериха. И это также способствует притягательности Горного Алтая для поклонников данного вида туризма.

Кроме того, плато Укок, где в 1993 году нашли мумию молодой женщины, впоследствии названной журналистами принцессой Укока или Алтайской принцессой, может стать объектом посещения поклонниками данного вида туризма.

Также потенциально привлекательными могут быть национальные праздники в Республики Алтай, в частности, проходящий раз в два года межрегиональный праздник алтайского народа «Эл Ойын», известность которого давно перешагнула границы нашего региона.

К **спортивному паломничеству** относится посещение (покорение) известных и выдающихся природных объектов (горных вершин, перевалов, рек и т.п.), сложных туристических маршрутов в пешеходном, лыжном, водном и других видах туризма, что требует определенной спортивной подготовки. Другой разновидностью спортивного паломничества может быть посещение известных спортивных объектов либо спортивных команд [6].

В Республике Алтай главным объектом спортивного паломничества является гора Белуха как высшая точка Алтая и всей Сибири. Также привлекательными являются многодневные пешеходные маршруты высших категорий сложности, прежде всего по Катунскому, Северо-Чуйскому и Южному-Чуйскому хребтам.

К другим привлекательным объектам спортивного паломничества вероятно следует отнести отдельные участки рек, сплавы по которым нередко носят экстремальный характер.

Отмечается [6, с. 193], что «главным отличительным признаком паломнического туризма является наличие сильного желания, тяги к посещению какого-либо объекта, места, кумира и т.п.». В некоторых случаях это требует значительных физических, моральных и материальных затрат. Это объединяет религиозных и иных паломников.

Подсчитать количество паломников всех категорий настоящее время достаточно затруднительно, поскольку до сих пор не определены критерии для отнесения туристов к той или категории паломнического туризма (кроме религиозных паломников), а также их отличие от обычных туристов данного направления. Специальных исследований в этом направлении не проводилось.

В то же время по оценкам специалистов в области туризма, представители духовного светского паломничества в отдельные годы летних сезонов составляют от 10 до 40 % от общего числа туристов, пребывающих в окрестностях горы Белуха. В 2005 году количество туристов, посещающих район горы Белухи, оценивалось в 4-5 тыс. человек, из них 1,5 тыс. альпинистов [3]. В настоящее время количество туристов как минимум удвоилось.

Оценивая общее количество туристов, посещающих Горный Алтай в разные годы, следует отметить, что массовый туризм в Горном Алтае развивается с конца 1950 годов, а в 1960-65 гг. на Алтае были организованы все наиболее популярные ныне туристские маршруты. Общее число туристов в середине 1980 годов составляло около 300 тыс. человек [5]. В условиях постсоветского социально-экономического кризиса произошло значительное снижение числа туристов в регионе (до 40 тыс. чел. в 1992-1993 гг.). Начиная с 2003 года количество туристов превысило показатели советского периода, в 2005 году их число составило около 0,5 млн. чел., а в 2017 году республику посетило 2,05 млн. чел. [9].

В 2021 году количество туристов составило 2,186 млн. человек, при этом в многодневных пеших и конных походах участвовало 5% из них или почти 110 тыс. туристов [10].

Усть-Коксинский район, на территории которого находится гора Белуха, в 2012 году посетило 50 тыс. чел. [12], а в 2020 году – 126 тыс. чел. [15]. При этом в Усть-Коксинском районе всегда была высокой доля пешего и конного туризма. Можно предположить, что минимальное количество спортивных и духовных светских паломников составляет 10-20 тыс. человек.

Количество религиозных паломников, если к ним отнести Крестный ход, в настоящее время составляет первые сотни человек.

Наиболее трудно оценить количество культурно-познавательных паломников. Для этого нужно проведение отдельных исследований.

Таким образом, в Республике Алтай имеются хорошие возможности для проведения двух видов паломнического туризма – духовного светского и спортивного. Религиозное паломничество пока развито слабо, а для оценки культурно-познавательного паломничества необходимо разработка более четких критериев для оценивания.

Библиографический список

1. Алтай. Путеводитель с картами / Под ред. С. В. Харламова.– Тула, 2000. – 120 с.
2. Арманд, А. Д. Географическое положение обязывает / А. Д. Арманд // Взаимодействие общества и окружающей среды в условиях глобальных и региональных изменений. – Барнаул, 2003. – С. 50–52.
3. Байлагасов, Л. В. Проблемы охраны природы Усть-Коксинского района Республики Алтай / Л. В. Байлагасов. – Барнаул, 2007. – Ч. 1. – 311 с.
4. Байлагасов, Л. В. Гора Белуха как объект поклонения / Л. В. Байлагасов // Белуха – пик Алтая, Центра Евразии – 100 лет покорения : материалы международного научного симпозиума. – Горно-Алтайск : РИО ГАГУ, 2014. – С. 125–128.
5. Байлагасов, Л. В. Перспективы развития эзотерического туризма в Республике Алтай / Л. В. Байлагасов // Проблемы рекреационного природопользования : сборник научных статей. Вып. 7 / Отв. ред. С. В. Попов. – Бийск : ФГБОУ ВПО «АГАО», 2014. – С. 23–27.
6. Байлагасов, Л. В. О классификации паломнического туризма / Л. В. Байлагасов, М. И. Гоппа // Символ науки. – 2016. – №10. – Ч. 3. – С. 192–194.
7. Бернбаум, Э. Духовное и культурное значение гор / Э. Бернбаум // Горы мира – глобальный приоритет. – Москва, 1999. – С. 35–55.
8. Дмитриев, А. Н. Изучение глубинных особенностей Горного Алтая / А. Н. Дмитриев, А. Ф. Белоусов // Природные ресурсы Горного Алтая : сборник научных статей. – Горно-Алтайск, 1997. – С. 60–85.
9. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2017 году / под ред. Ю. В. Робертуса. – Горно-Алтайск, 2018. – 122 с.
10. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды Республики Алтай в 2021 году / Под ред. Р. В. Любимова. – Горно-Алтайск, 2022. – 160 с. – URL: https://mpr-ga.ru/docs/doklady/Doklad_2021.pdf (дата обращения: 03.04.2023).
11. Маринин, А. М. Гора Белуха / А. М. Маринин, А. Г. Манеев, Ю. П. Малков // Красная книга Республики Алтай: особо охраняемые территории и объекты. – Горно-Алтайск, 2000. – С. 87–91.
12. Пиянтинов, А. О. Экологическое просвещение в природных парках Республики Алтай / А. О. Пиянтинов // Экологические аспекты природопользования в Алтае-Саянском регионе : материалы международной научно-практической конференции – Барнаул : издательство АлтГТУ, 2014. – С. 35–39.
13. Самойлова, Г. С. Проблемы охраны ландшафтов Горного Алтая / Г. С. Самойлова // Состояние, освоение и проблемы экологии ландшафтов Алтая. Часть 2. – Горно-Алтайск, 1992. – С. 114–115.
14. В Республике Алтай прошел XIV Крестный ход «По стопам миссионеров Алтайских» // Социальная сеть Одноклассники : [сайт]. – URL: <https://ok.ru/group/55543304421613/topic/155922174308589> (дата обращения: 22.03.2023).

15. Информация о развитии туристической отрасли Республики Алтай в 2020 году // Министерство природных ресурсов, экологии и туризма Республики Алтай : официальный сайт. – URL: https://mpr-ra.ru/docs/123/razvitie_turizma2020.docx (дата обращения: 22.03.2023).

16. По стопам миссионеров Алтайских // Новости Горного Алтая : [сайт]. – 23 августа 2019. – URL: <https://www.gorno-altaisk.info/news/106636> (дата обращения: 22.03.2023).

УДК 338.43

Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы

Шабданова Аида Токтосуновна

к.э.н., доцент КЭУ им. М.Рыскулбекова

aida_shabdanova@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние гастрономического туризма, который определяется как поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями приготовления, обучения и повышение уровня профессиональных знаний в области кулинарии, говорится о роли кулинарного туризма в экономике впечатлений.

Ключевые слова: туризм, туристские фирмы, гастрономический туризм, экономика впечатлений, гастрономические туры, целевая аудитория, гастрономический бренд, фестивали еды.

Gastronomic tourism: current trends and prospects

Shabdanova Aida

candidate of Economics, Associate Professor of KEU named after M.Ryskulbekova

aida_shabdanova@mail.ru

Annotation. The current state of the culinary (food, gastronomic) tourism is viewed in the article. The culinary tourism is defined as a trip to get acquainted with the national cuisine, methods of cooking, studying the art of preparing food. The role of food tourism in the experience economy is underlined.

Key words: tourism, tourist firms, culinary tourism, economy of impressions, gastronomic tours, potential clients, food brands, food festivals.

Today, imperceptibly for us, the so-called «experience economy» is becoming increasingly important in our lives. The Americans B. Joseph Pine II and James Gilmour, considering impressions as the fourth economic proposition, came to the conclusion that they have their own distinctive features and differ from services in the same way that services differ from goods. A person, buying impressions, pays for his own feelings and sensations. Impressions are prepared and offered on the market by a large number of companies, and travel agencies also participate in their promotion.

The above authors consider the effect of goods on the senses and propose to saturate these goods with impressions, adding to them something that can have a direct impact on the senses of the buyer. Thus, some commodities, by their very nature, depend on sensory perception. Gastronomic festivals and gastronomic tours can be safely attributed to such goods.

Gastronomic tourism as an independent direction of tourism began to develop relatively recently. There are several definitions that allow classifying trips as this type of tourism.

In the specialized literature there are such concepts as: «culinary tourism», «culinary tourism», «food tourism» - «food tourism», «gastronomic tourism» - gastronomic tourism.

Food, tasting, culinary, food, wine, beer, etc. - these are all varieties of gastronomic tourism.

For the first time, the term «culinary tourism» was introduced in 1998 by L. Long, associate professor of folk culture at Bowling Green University, Ohio (USA), to express the idea that people learn about other cultures through local food.

Gastronomic tourism is tourism when tourists and visitors who plan to partially or completely taste the cuisine of a certain area or carry out activities related to gastronomy visit certain destinations.

In other words, gastronomic tourism is a trip to get acquainted with the national cuisine of the country, the features of the production and preparation of products and dishes, as well as training and raising the level of professional knowledge. Today, it is gastronomic tourism that has become one of the fastest growing innovative areas of tourism. Tourism is subject to the process of globalization, including this process was greatly influenced by the Schengen Agreement. People are looking for travel experiences based on regional characteristics and culture. Gastronomy tourism can also be considered as a branch of tourism aimed at the development and promotion of food and beverages as objects of attraction for tourists.

According to UNWTO tourism expert Maria Isabel Ramos Abascal, today we are witnessing global changes in the preferences of tourists, and it is gastronomic tourism that is taking the lead.

The purpose of culinary tourism is to educate and inspire food and wine lovers, to provide enthusiastic travelers with the opportunity to explore destinations and learn about local food trends, cooking methods and history of foods, dishes and drinks. Tourists can participate in an immersive experience in the culture of destinations around the world through food and drink. Culinary tours, in general, can include a wide range of activities related to food preparation, food sampling, food trends, winemaking and baking.

In addition to restaurant weeks in various cities, dinner events and cooking competitions, culinary tourism also covers, for example, visits to wineries and breweries, restaurant tours and visits to the food industry, conferences and other events in which professionals participate. - culinarians and authors of cookbooks, as well as tastings of ethnic food products.

Travelers interested in food, wine and beer, cooking or baking, as well as the history of certain foods and dishes, can choose today from a variety of culinary tourist destinations, which are presented on numerous sites around the world.

So, for example, lovers of French cuisine can choose cooking classes in Paris or visit a French culinary school. Italy, Spain and other Mediterranean countries offer rural holiday homes where you can not only live for a long period of time, but also learn how to cook, learning about local and regional cuisines. Some destinations offer culinary tours and special lunches where tourists visit various restaurants, cafes and bistros, meet with chefs and take part in nutrition seminars or events organized by culinary institutes and chefs of educational institutions, such as the Culinary American Institute. Programs and activities are also offered for those wishing to learn about the local industry, restaurants, new trends and cooking methods.

Italy is considered the first country that was the generator of the idea of gastronomic tours, since it was the Italians who were the first to competently combine the establishment of trade and technological industries with the attraction of tourists under the sign of tasty and healthy food. Today, according to the Italian National Tourist Board, at least 10% of tourists come to this country to participate in all kinds of gastronomic and wine tours. However, so far no gastronomic tourism association has been established in this country.

In 2006, the International Culinary Tourism Institute was established to oversee the educational and training components of the programs of the International Association for Gastronomic Tourism.

Another organization with a lot of activity in this area is the World Food Travel Association (WFTA) - a non-profit and non-governmental organization (NGO), which today occupies a leading position in the food tourism market. The association is at the forefront of developing this type of tourism, with state-of-the-art resources to promote food, drink, travel, hospitality and media professionals. National organizations are also actively functioning in a number of countries in the field of gastronomic tourism.

So, for example, in Spain there is the Spanish Association of wine and culinary tourism (Spanish Association of wine and culinary tourism) - a non-profit, national, professional

organization that represents the country and advocates for the common interests of tourism professionals specializing in wine and food tourism in Spain.

The purpose of this organization is to promote new trends in the leisure market, offering new exciting and unique offers to meet the needs of tourists coming to Spain. The association is made up of members who meet the following requirements: gastronomic tourism companies that are resident in Spain, pay taxes and those who work legally in the sector, such as travel agencies.

Back in 2009, on the basis of agreements concluded within the framework of the FITUR exhibition, an association was created between seven Spanish municipalities (Lanzarote, Cambrils, Gijón, San Sebastian, Lleida, Santiago de Compostela and Valladolid), the purpose of which was to create a quality tourism product based on in gastronomic culture. Another organization dedicated to the promotion of Spanish cuisine is the Tasting Spain Association, which is based on the idea of presenting wealth and the diversity of Spanish culture, history and traditions through chefs, their products, wines and territories.

Reputable international organizations also give a place of honor to gastronomy. Thus, UNESCO has included Mexican cuisine, the Mediterranean diet and French cuisine in the list of world intangible cultural heritage. Also, this organization holds a competition, determining the best gastronomic city. Colombian Popayan, Chinese Chengdu (the capital of the famous Szechuan cuisine) and Swedish Östersund were awarded this honorary title. Soon, a similar title is promised to be given to the province of Hatay (Turkey), whose cuisine is a bizarre mixture of Turkish, Arabic and French gastronomic traditions.

Due to the fact that culinary tourism began to develop actively and everywhere, numerous travel agencies specializing in international gastronomic tourism were organized in many countries. For example, in the USA – «Gourmet on Tour» and «The International kitchen», in Australia – «Gourmet Getaways».

In 1999, a group of Spanish professionals who share a passion for the cuisine and culture of their country, created the first boutique agency «A taste of Spain» («The Taste of Spain»), which specializes in organizing innovative and exclusive designer culinary tours and services in this country, including cooking classes, food and wine workshops and tastings covering all themes and regions of Spain.

A culinary tour is a specially selected culinary holiday program that includes tasting dishes and drinks, getting acquainted with the technology and the process of their preparation, as well as training from professional chefs. Depending on the purpose of the trip, the tour may include all of the above points, several activities, or one specific segment of the culinary tour. Often in recent years, gastronomic tours include visits to various culinary festivals, holidays and fairs.

The objects of culinary tourism are:

- Countries whose cuisine is the most popular on the world stage. Today, such countries include France, Italy, Spain, Japan, China.

- Regions known for products produced in that area. For example, such regions of France as Bordeaux, Alsace, Burgundy, Champagne, which are included in the Appellation d'Origine Controle classification (the name of products according to their place of production) and are known for their unique wines. The Dutch cities of Gouda and Edam are also known, in which cheeses are produced.

- The so-called «restaurant cities». The main criterion for selecting such destinations is the presence of establishments that represent a variety of cuisines, styles and formats. For example, New York, London, Paris, Tokyo, Rome, Brussels, Hong Kong, Barcelona, San Francisco, New Orleans.

To receive the status of a «restaurant city», the city must meet a number of criteria:

- the city should have a unique cuisine that defines food culture;

- there must be a certain critical mass of people who are willing to spend money on restaurants: both locals and tourists;

- the status of the best restaurants should not be in doubt; the best restaurants in the city should be really the best in the world, not copies and not «stars of the second magnitude»;

- there should be a certain number of top-class restaurants in the city, the standards of quality, decor and luxury of which are as high as possible;

- individual restaurants that stand out for the quality and exclusivity of their cuisine, original menus or have the status of «the best». For example, these include the owners of three stars of the Michelin restaurant guide: La Pergola (Rome, Italy), Fat Duck (Bray, UK), Koju (Tokyo, Japan).

Red Guide experts visit restaurants incognito and judge according to the most stringent and objective criteria. Then a professional rating of restaurants is created: Michelin stars mean the following: one star - the restaurant deserves a stop along the way. Two stars - worth a detour. Three stars - a trip is planned specifically for visiting this restaurant. The Michelin Guide is the most authoritative guide of restaurants with an impeccable reputation, it is an almost one hundred percent guarantee of the quality and uniqueness of the cuisine presented in the restaurant;

- enterprises known for their culinary products. For example, the world's largest chocolate producer Alprose (Switzerland) and the famous Andeks and Ettal monastery breweries located in Upper Bavaria (Germany).

- institutions providing educational services in the areas of culinary and gastronomy. For example, the French Academy of Culinary Arts «La Cordon Bleu», the Higher School of Italian Cuisine (Italian Cuisine High School).

- culinary events: festivals, fairs, holidays, tastings, master classes, exhibitions, conferences. For example, Christmas markets that open in November in cities such as Cologne, Dresden, Nuremberg (Germany); Budapest, Hungary).

The target audience of gastronomic tours includes:

- tourists who want to join the culture of the country through its national cuisine;

- gourmet tourists. «Gourmet» is a person with high requirements for food and refined taste.

In contrast, a gourmet is a person who simply loves to eat a lot and eat deliciously. The two concepts are often confused in the literature.

- tourists using a culinary tour for the purpose of training and obtaining professional skills (cooks, sommeliers, baristas, tasters, restaurateurs);

- representatives of travel agencies traveling to explore this tourist destination].

There is an interesting method called «brand fingerprinting», which can be used to study a particular brand, including a gastronomic brand and a brand of a tourist region. This method includes the study of such images as sound, olfactory, gustatory, tactile and general. In recent years, gastronomy has become an integral part of getting to know a particular territory, its culture and lifestyle.

Библиографический список

1. Wulf, E. What is gastronomic tourism / E. Wulf. – URL: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism> (дата обращения: 03.04.2023).

2. География туризма / под ред. А. Ю. Александровой. – Москва : Кнорус, 2015 – 592 с.

3. Richards, G. Food and Tourism Experience / G. Richards // UNWTO Magazine: Global Report on Food Tourism. – 2012. – pp. 20–21.

4. Джанджугазова, Е. А. Литературный трактир или национальные особенности трапезы // Современные проблемы сервиса и туризма. – № 3. – 2010. – с. 97–102.

5. Pine, B. J. Economy of impressions. Work is theater, and every business is a stage / B. J. Pine, J. H. Gilmour. – М., 2005. – p. 524.

9 Проблемы и перспективы развития этнографического туризма в современных условиях

УДК:338.48

Разработка этнографического маршрута из Казани до Ижевска

Баутиста Эспиноза Хьюго

*доцент, к.б.н., Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань
hbautista@mail.ru*

Рычкова Полина Витальевна

*ассистент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань
richkovapol@mail.ru*

Шабалина Светлана Александровна

*доцент, к.г.н., Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань
Svetlana.Shabalina@kpfu.ru*

Аннотация. Этно-маршрут представляет собой связь между различными культурными группами, которые оказали совместное влияние на их взаимное развитие, а также обогатили их отношения с природной средой, что привело к обширному объему знаний. Объектом исследования была Республика Удмуртия. Коренное население составляют удмурты – один из древних восточно-финских народов, который в большинстве своем проживает на этой территории. По значимости, территориальному размещению и структуре выделены локализованные (пункты и центры), линейные и пространственные элементы этнографического пространства удмуртов, представленные объектами туризма, имеющими эстетическую, научную и историческую ценность. Нашей целью было создать уникальный турпродукт, поэтому мы решили соединить в одном туре посещение как северной, так и южной частей Удмуртии.

Ключевые слова: Удмуртия, этно-туризм, туристический маршрут, объекты этнотуризма, планирование маршрута

Development of ethnographic route from Kazan to Izhevsk

Bautista Espinoza Hugo

associate Professor, Ph.D., Kazan (Privolzhsky) Federal University, Kazan

Richkova Polina

assistant, Kazan (Privolzhsky) Federal University, Kazan

richkovapol@mail.ru

Shabalina Svetlana

associate Professor, Ph.D., Kazan (Privolzhsky) Federal University, Kazan

Svetlana.Shabalina@kpfu.ru

Annotation. The ethno-route is a connection between the accessible cultural objects, which have a significant impact on their mutual development, and also enriched their relationship with distribution, which covered a vast scope of development. Eastern Finnish peoples, who mostly live in this territory. Localized (points and centers), linear and spatial elements of the ethnographic space of the Udmurts, represented by tourism objects of aesthetic, scientific and historical value, buildings, i.e. people lived, studied or worked; objects of social service; monuments and landscapes. Our goal was to create a unique tourist product, so we decided to combine visits to both the northern and southern parts of Udmurtia in one tour. The development of an ethnographic route through the region is only one of the ways to promote this direction of tourism in the regional market.

Keywords: Udmurt Republic, ethnic tourism, touristic route, ethno-tourism objects, route planning

В настоящее время развитие внутреннего туризма является одной из самых приоритетных задач в экономике России. Данному интересу способствовало распространение коронавирусной инфекции и дальнейшая неблагоприятная геополитическая обстановка [1,2].

Россия обладает богатым историко-культурным наследием. На территории страны проживает около 190 народов и каждый из них имеет свои особенности, традиции, обычаи, историю, поэтому широкое распространение в России получил такой вид внутреннего туризма как этнографический [3].

Этнографический туризм – вид культурно-познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для знакомства с культурой, архитектурой, бытом и традициями народа, этноса, который сейчас проживает или ранее проживал на данной территории.

Проведенное нами исследование имело целью разработку этнографического маршрута «Удмуртия с севера на юг» и его анализ.

Изучение теоретических и статистических данных показал, что Удмуртская республика входит в ТОП-15 самых популярных для этнотуризма регионов Российской Федерации [4]. Неудивительно, так как республика обладает множеством разнообразных объектов, знакомящих гостей с бытом и традициями северных, центральных и южных удмуртов, а также малого коренного народа Удмуртии – бесермян [5].

Отметим, что турфирмы Удмуртии предлагают достаточно широкий выбор этнографических туров (рис. 1), однако, они схожи своими компонентами и услугами, а другие туры с такой направленностью, например, из Казани и Перми полностью не раскрывают потенциал удмуртского народа, соответственно, данная ниша на рынке туризма является свободной [4,5].

В таком случае был разработан этнографический маршрут «Удмуртия с севера на юг», стоимостью от 18630 руб., включающий в себя переезд на автобусе по маршрутам Казань-Ижевск и Ижевск-Казань; транспортное обслуживание по региону; проживание в отелях 2-3 звезды в двухместных или одноместных номерах по выбору; трехразовое питание по маршруту; экскурсионные сборы (входные билеты, мастер-классы); услуги гида-сопровождающего.

Планирование данного маршрута проходило в 4 этапа (подготовительный, разработка программы маршрута, выбор поставщиков услуг и расчет себестоимости тура, продвижение тура и формирование цены турпродукта), в которых были учтены все основные пункты, а именно: анализ самого популярного объекта Удмуртии – «Лудорвай», анкетирование среди жителей Удмуртской Республики и Республики Татарстан для выявления целевой аудитории и ее потребностей, были выбраны пункт отправления – г. Казань и основные и дополнительные объекты показа, составлены портрет туриста, трасса и паспорт маршрута, программа обслуживания туристов, калькуляция тура и его продвижение в социальных сетях.

Анализ разработанного этнографического тура «Удмуртия с севера на юг» выявил отличительные черты маршрута, его минусы и плюсы. Отметим, что данный маршрут учитывал преимущества и недочеты других этнографических маршрутов Удмуртии, и на их основе был составлен новый уникальный тур.

Его уникальность заключается в том, что он включает в себя посещение как северной, так и южной Удмуртии, чего не предоставляет ни один другой маршрут готовых этнотуров, а также на данный момент на рынке Казани не представлены этнографические туры в Удмуртию. К плюсам маршрута «Удмуртия с севера на юг» можно отнести разнообразие программы, в которую входит посещение не только этнографических объектов, но и популярные места в Удмуртии, например, зоопарк и др., так же различные мастер-классы и питание по системе «полный пансион», т.е. завтрак, обед и ужин.

Недостатков у анализируемого нами туристического продукта больше, чем плюсов. Мы отнесли к ним длительные и самостоятельные переезды туристов во время маршрута, наличие малого количества свободного времени у гостей, слабую анимационную программу.

Слабая анимационная программа выражается в отсутствии национальных игр, танцев, песен, знакомства с фольклорными коллективами и т.п. Отметим, что данный тур также не достигает своей конечной цели, т.е. познание удмуртского народа, его традиций, культуры и быта, т.к. наиболее полным погружением в культуру народа было бы проживание непосредственно с самими удмуртами или просто знакомство с ними. К сожалению, тур не предусматривает такие функции. Немаловажным недостатком тура является и средства размещения, которые были выбраны исходя из стоимости проживания, соответственно они не отвечают повышенным уровням звездности.

Отметим, что маршрут «Удмуртия с севера на юг», как и любой другой, подвергается внешним и внутренним угрозам. Например, на его продажи может отрицательно сказаться появление конкурентов на рынке туризма Казани или же плохо разработанная рекламная кампания, вследствие которой спрос может быть очень низким. Отметим, что в данном туре большая часть времяпровождения туристов запланирована на открытом воздухе, поэтому тур может отмениться из-за плохих погодных условий.

Результатом нашего исследования стал анализ культурно-исторического потенциала Удмуртской республики, а также анализ разработанного этнографического маршрута «Удмуртия с севера на юг», его достоинства и недостатки, внешние и внутренние угрозы, а также анализ приложенных к нему документов таких как паспорт и трасса тура, программа обслуживания туристов и др.

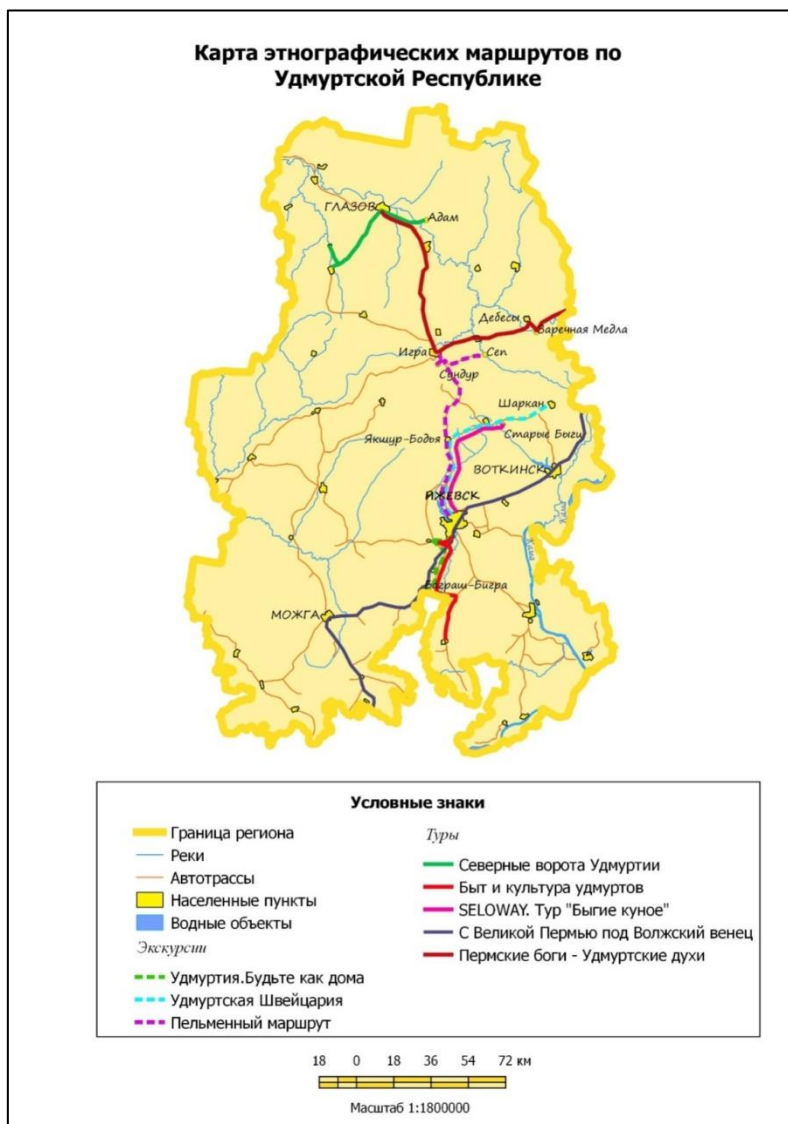


Рисунок 1 – Карта этнографических маршрутов по Удмуртской Республике

Таблица 1– Паспорт маршрута «Удмуртия с севера на юг»

Характеристика маршрута	Информация о маршруте
Название маршрута	Удмуртия с севера на юг
Регион маршрута	Удмуртская Республика
Вид транспорта	Автобус
Населенные пункты	г.Ижевск, п.Игра, г.Глазов, д.Адам
Вид туризма	Этнографический
Вид туристского маршрута	Комбинированный, групповой
Пункт начала маршрута	г.Казань, Республика Татарстан
Продолжительность маршрута	4 дня, 3 ночи
Протяженность маршрута	1298 км
Сезонность	Летний (с мая по сентябрь)
Количество туристов в группе	До 16 человек
Возрастные ограничения	8+

Источник: составлено Рычковой П.В.

Таблица 2 – Программа обслуживания по маршруту «Удмуртия с севера на юг»

Дата	Запланированные мероприятия
День 1	12:45 Самостоятельное отправление из г.Казань (ост. Малые Клыки) 20:00 Прибытие в г.Ижевск (ост. ТЦ Медведь). Встреча с гидом. Трансфер до отеля 20:30 Заселение в отель. 21:00 Ужин в ресторане отеля. Свободное время
День 2	08:00 Завтрак в отеле 09:00 Обзорная экскурсия по городу (автобусная + пешеходная) 11:00 Обед в ресторане «Бобровая долина» 12:00 Выезд на экскурсию в Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай» 16:00 Возвращение в Ижевск. Экскурсия в Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия им. М.Т. Калашникова (+ тир) 18:00 Ужин в кафе отеля 19:00 Свободное время
День 3	8:00 Завтрак. Выселение из отеля 9:30 Посещение Ижевского зоопарка 11:30 Выезд из г.Ижевск 13:00 Мастер-класс по изготовлению пельменей в п.Игра. Обед с дегустацией 15 видов пельменей 16:00 Экскурсия на священную гору Байгурезь. Обряд поклонения духу горы 19:30 Приезд в г.Глазов 20:00 Ужин в арт-кафе «Бульвар» 21:30 Заселение в отель. Свободное время
День 4	8:00 Завтрак. Выселение из отеля 9:00 Обзорная пешеходная экскурсия по городу 10:30 Посещение Историко-культурного музея-заповедника УР «Иднакар» (экспозиция «Средневековое городище Иднакар IX– XIII вв» + интерактивная экскурсия в музее древних ремесел и промыслов) 12:30 Обед в арт-кафе «Бульвар» 14:00 Посещение культурно-туристского парка «ДондыДор» (обзорная экскурсия, рассказывающая о мифологии северных удмуртов и лэнд-арт скульптурах) 15:00 Выезд в г.Ижевск 16:30 Ужин в кафе «Сутэро» 19:00 Приезд в г.Ижевск. Прощание с гидом. Свободное время 22:00 Самостоятельное отправление в г.Казань (ост. ТЦ Европа)
День 5	03:00 Прибытие в аэропорт г.Казань

Источник: составлено Рычковой П.В.

Таким образом, выяснилось, что Удмуртский регион обладает богатыми архитектурными и культурно-историческими ресурсами. Народ региона может предложить туристу знакомство со своей культурой, историей, обычаями, верованиями, праздниками, фольклором, национальной кухней. В регионе уже успешно функционируют этнографические объекты, наиболее посещаемым из которых является Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай» [3]. Однако после проведения анализа мы выяснили, что посещаемость этнообъектов в республике достаточно низкая и существует ряд проблем, препятствующих развитию туризма в регионе. Среди наиболее значимых сдерживающих факторов выделяются проблемы с инфраструктурой. Также существенным недостатком является отсутствие стратегии продвижения этнографических объектов. Мы выбрали разработку и анализ этнографического тура в качестве меры по преодолению сдерживающих факторов этнографического туризма в республике.

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка этнографического маршрута по региону является лишь одним из способов продвижения данного направления туризма на региональном рынке. Следовательно, данная проблема нуждается в дальнейших исследованиях.

Библиографический список

1. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы) : проект Постановления Правительства Российской Федерации [подготовлен Ростуризмом 27.07.2018]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56662025/> (дата обращения: 14.05.2021).
2. Баутиста, Х. Тенденции и перспективы развития туризма в малых городах на примере города Елабуга, Республики Татарстан / Х. Баутиста, А. Р. Рахимова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России : материалы IV Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. – Симферополь : Крымский университет культуры, искусства и туризма, 2020. – С. 189–193.
3. Власова, Т. А. Проблемы реализации этнокультурных туристических программ в селах Удмуртской Республики по оценке экспертов / Т. А. Власова // Регионоведение. – 2019. – №1 (106). – С.174–191.
4. О некоторых вопросах развития туризма и туристской деятельности в Удмуртской Республике : закон Удмуртской Республики от 22 июля 2020 года № 51-ПЗ. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/570869529> (дата обращения: 14.05.2021).
5. Об утверждении государственной программы Удмуртской Республики «Культура Удмуртии» : постановление Правительства Удмуртской Республики от 6 июля 2015 года № 326. – URL: <http://docs.cntd.ru> (дата обращения: 10.12.2022).

УДК 379.822 (001.895)

Проблемы и перспективы развития этнографического туризма в Западной Сибири

Бондаренко Светлана Ивановна

заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин, кандидат исторических наук, доцент,

Алтайского государственного аграрного университета

bonsvet@bk.ru

Аннотация. Западная Сибирь обладает уникальными возможностями для развития этнографического туризма. Показана роль художественно-этнографических кластеров, домов-музеев, сельских культурно-этнографических центров в развитии туризма. Выявлены проблемы и перспективы рассматриваемого вида туризма. Обозначена взаимосвязь этнографического туризма с сельским. Установлено, что этнографический вид туризма может удовлетворять не только познавательный интерес, но и целый ряд духовных потребностей.

Ключевые слова: туризм, Западная Сибирь, музей, традиции, культурное наследие, экскурсия.

Problems and prospects of development of ethnographic tourism in Western Siberia
Bondarenko Svetlana

*Head of the Department of Humanities, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Altai State Agrarian University
bonsvet@bk.ru*

Annotation. Western Siberia has unique opportunities for the development of ethnographic tourism. The role of artistic and ethnographic clusters, houses-museums, rural cultural and ethnographic centers in the development of tourism is shown. The problems and prospects of the considered type of tourism are revealed. The interrelation of ethnographic tourism with rural tourism is indicated. It is established that the ethnographic type of tourism can satisfy not only cognitive interest, but also a number of spiritual needs.

Keywords: tourism, Western Siberia, museum, traditions, cultural heritage, excursion.

Этнографический туризм один из разновидностей туризма, развивающегося в Западной Сибири. Это вид туризма, в котором туристы исследуют культуру и традиции других народов, посещают местные достопримечательности и участвуют в традиционных мероприятиях. Западная Сибирь богата культурой и традициями различных народов, таких как татары, башкиры, хакасы, алтайцы и др. Так, например свой потенциал для развития этнографического туризма имеет Томская область. В регионе проживают различные коренные народы с самобытной культурой: ханты, эвенки, сибирские татары, селькупы и т. д. Развитие здесь этнографического и событийного туризма имеет хорошие перспективы. Здесь проводятся традиционные национальные праздники: «Сабантуй», «День лося», «Янов день», «Легенды севера» и др.

Касаемо развития туризма в Республике Алтай, на сегодня эта отрасль одна из основных доходов в казну региона. С этнографической точки зрения регион уникален. В Республике Алтай сформировался удивительный культурный ландшафт, состоящий из нескольких этносов с самобытной традиционной культурой. Народы Алтая сформировали и сохранили богатейшее фольклорное наследие. Особый интерес вызывают народные праздники, такие как: - Тюрюк-Байрам (обрядовый праздник коренных малочисленных народов, посвященный сохранению сибирского кедра); Чага-Байрам («Белый праздник» или алтайский Новый год, проводимый с началом новолуния, в конце февраля - начале марта); Эл-Ойын («Всенародные игры», национальный алтайский спортивный праздник, проходящий с участием всех живущих на Алтае народов и фольклорных групп); Дьяжыл Бур («Зеленая листва», обрядовый праздник, проводимый в июне, включающий в себя как культурную часть, так и спортивные состязания) и другие. Помимо различных видов этнографического туризма Горный Алтай является одним из лидеров России по числу археологических памятников. В целом, на территории Алтая находится 3100 археологических памятников [3, с. 297]. Наиболее интересными с точки зрения туров является посещение музеев под открытым небом, рассказывающих о быте древних алтайцев.

По соседству с Горным Алтаем располагается Алтайский край, не менее интересное с точки зрения этнографического туризма. Развитию этнографического туризма в крае служит развитие такого направления как создание художественно-этнографических кластеров. Так, в Бийском районе Алтайского края в 2012 г. был создан художественно-этнографический кластер «Легенда», направленный на создание уникальной площадки, основанной на наследии региона, привлекательной для круглогодичного посещения. В комплекс парка «Легенда», входит здание музея-панорамы «Алтай. История России». В структуру музея-панорамы «Алтай. История России» входит: музей-панорама исторического события,

сувенирный салон, информационный центр, буфет, благоустроенные территории, малые архитектурные формы, ландшафт. Ключевой темой проводимых экскурсий является историческое событие - написание алтайскими зайсанами письма императрице с просьбой о принятии в состав Российской империи [1]. Таких примеров множество.

Однако, у этнографического туризма в Западной Сибири есть свои проблемы. Проблемы этнографического туризма в Западной Сибири заключаются в ограниченном доступе к информации: не всегда есть достаточно информации о культуре и традициях народов Западной Сибири, что затрудняет организацию туристических мероприятий и разработку туристических маршрутов. Ограниченное количество квалифицированных гидов и переводчиков, а также недостаток профессиональных гидов и переводчиков с ограниченным знанием иностранных языков, сужает возможности туристической индустрии. Сложности в организации туристических мероприятий: организация туристических мероприятий в малонаселенных и удаленных районах Западной Сибири может быть трудной. Незнание и несоблюдение этических стандартов может привести к нарушению местных традиций и культурных норм при организации туристических мероприятий. Вместе с тем, этнографический туризм в Западной Сибири имеет определенные перспективы развития. Перспективы этнографического туризма в Западной Сибири достаточно многообещающие, так как регион обладает богатым культурным наследием и традициями различных народов. Несмотря на некоторые проблемы, такие как ограниченный доступ к информации и недостаток профессиональных гидов и переводчиков, существует ряд факторов, которые могут способствовать развитию этнографического туризма в Западной Сибири.

Это в первую очередь уникальность культурного наследия. Западная Сибирь представляет огромный интерес для туристов, которые хотят познакомиться с культурой и традициями народов этого региона. В этом регионе можно увидеть множество уникальных объектов, которые не встречаются нигде более. Во-вторых, развитие транспортной инфраструктуры. Современное развитие транспортной инфраструктуры, такой как автомобильные дороги, аэропорты и железные дороги, позволяют туристам удобно и быстро перемещаться по территории Западной Сибири, что значительно облегчает организацию туристических маршрутов. В-третьих, поддержка государства. Развитие туризма в Западной Сибири получает поддержку от правительства, которое осознает значимость этого направления и готово выделять средства на его развитие. В-четвертых, развитие информационных технологий. Использование современных информационных технологий, таких как Интернет, позволяет распространять информацию о туристических объектах, событиях и маршрутах, что помогает привлекать больше туристов. В-пятых, сохранение культурного наследия. Развитие этнографического туризма может способствовать сохранению культурного наследия Западной Сибири, так как туристы приезжают не только с целью посмотреть, но и узнать о культуре и традициях этого региона, что может способствовать сохранению их наследия и передаче знаний от поколения к поколению.

Важным направлением и основой этнографического туризма на наш взгляд является сельский туризм. В Западной Сибири он стал популярным направлением в последнее время. Этнографический и сельский виды туризма по своему характеру очень близки. Сельский туризм предоставляет возможность городскому жителю на короткое время почувствовать себя сельским жителем, на территории крестьянской усадьбы, гостевого дома. Исторически сложившийся быт русской деревни дает нам наглядное представление о традиционной народной культуре. Именно в деревне бережно хранятся традиции, транслируются молодым поколениям и получают право на дальнейшую жизнь в современном обществе. В данном ракурсе развитие этнографического туризма играет ключевую роль, так как основой такого туризма является знакомство с народным творчеством, промыслами, местными обычаями. Важная роль при таком подходе отводится местному населению, которое и является хранителем местных традиций. Таким образом, сельский туризм способствует не только

сохранению местных традиций, но и возрождению историко-культурного наследия России в целом. Традиционная культура в современных условиях берет на себя задачи сохранения духовно-нравственных ценностей.

Традиционная культура включает в себя развитие материальных и духовных форм народного творчества. Материальная культура состоит из широкого комплекса бытовых, хозяйственных вещей, духовная же объемлет всю систему воззрений этноса природного и антропологического. Духовная культура проявляется в праздничном календаре, песнях, танцах и т.д. В связи с чем трансляция народных традиций остается фундаментальным направлением сельского туризма.

Этнографический туризм в настоящее время находится на этапе своего становления как в России в целом, так и в регионах. Западная Сибирь и, в частности, Алтай обладают уникальной возможностью развития данного вида туризма. В местных селах сохранены специфические культурно-бытовые традиции, которые могут стать основой сельского туризма. Быстрыми темпами развивается сельский туризм, например в Солонешенском районе Алтайского края, где туристов знакомят с традициями старообрядцев, погружая их в атмосферу праздника и быта кержаков-староверов. В частности, в с. Топольное воссоздан дом-музей, знакомящий туристов с историей и культурой староверов, культурой питания и т.д. Каждый год в селе проводится фольклорный фестиваль «Троицкие гуляния», проходящий на религиозный праздник Святой Троицы. Туристы могут и сами выступить на празднике в роли непосредственных участников. В других районах Алтайского края также можно познакомиться с уникальными народными традициями. Послушать казачьи песни, примерить одежду, аксессуары казаков, купить изделия местных ремесленников можно в Чарышском, Быстроистокском районах. Хозяева гостевых домов с любовью воссоздают интерьеры дома, придомовой территории, погружая отдыхающих в атмосферу прошлого [4, с.328].

Одной из форм погружения является деревенская игровая культура, подходящая для туристов, поскольку деревенская игровая культура развивалась в связи с традиционной народной культурой. Особенность сельских игр в том, что они связаны, не только с сельским хозяйством, но и с фольклором. Вовлекаясь в эти игры, турист может не только получить духовное удовлетворение, но и возможность проявить себя, показать свою силу и ловкость, выносливость.

Достаточно интересен с точки зрения этнографического туризма Красногорский район, где проживают представители алтайской национальной группы - кумандинцы. В настоящее время представляет большой этнографический интерес национальная фольклорная группа «Одычак», культурно-этнографический центр кумандинского народа «Эстей». Кумандинцы ежегодно проводят праздники, ярмарки, фестивали, где презентуют свою литературу, национальную кухню и напитки. На мероприятиях туристы знакомятся с обычаями и традиционными ремеслами, шаманскими обрядами, представляют национальные песни и сказания. Говоря об этнографическом туризме, нельзя не упомянуть об весьма интересном туристическом месте с непривычным для данной территории названием «Гальбштадт» - центре Немецкого национального района. В данном районе долгие годы компактно проживает немецкая диаспора. Гальбштадт не напоминает немецкие села с чистыми, аккуратными улицами красивыми трехэтажными домами из кирпича с оригинальным национальным орнаментом на фасаде. В селе ежегодно проводят различные национальные праздники.

Однако, развитие туризма сталкивается с некоторыми проблемами характерными и для туризма в целом и для сельского в частности. Это недостаточное развитие инфраструктуры. В ряде сельских мест отсутствуют хорошие дороги, современные гостиницы, кафе и рестораны, что создает неудобства для туристов. Ограниченность услуг. В некоторых местах отсутствует широкий спектр услуг, что делает пребывание туристов недостаточно интересным и разнообразным. Отдельно можно выделить проблемы с безопасностью.

Некоторые районы могут быть опасными для посещения, из-за нехватки контроля со стороны местных властей и органов правопорядка. Так же в сельском туризме недостаточно эффективной маркетинговой стратегии, что затрудняет привлечение большего количества туристов. В некоторых районах отсутствует поддержка со стороны государства и частного сектора, что затрудняет развитие сельского туризма в этих регионах.

Для устранения этих проблем необходимо усиливать инвестиции в развитие инфраструктуры, повышать качество услуг, повышать уровень безопасности, соблюдать экологические нормы, разрабатывать эффективную маркетинговую стратегию и увеличивать финансирование данной отрасли.

Библиографический список

1. Бондаренко, С. И. Инновационные подходы в организации экскурсионного отдыха на территории Западной Сибири / С. И. Бондаренко // Региональные культурные стратегии в современном мире : материалы II Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) 28–29 апреля 2022 г. / под ред. Лисенковой А. А., Ширинкина П. С. – Пермь : Перм. гос. ин-т культуры, 2022. – С. 238–242.

2. Тишкин, А. А. «Царские» курганные некрополи лесостепного Алтая: возможности музеефикации и использования в туристической деятельности / А. А. Тишкин, Я. В. Фролов // Международный продовольственный форум «Сибирское поле: от освоения целины до продовольственной безопасности» : сборник материалов / под общ.ред. М. П. Щетинина. – Барнаул : Литера, 2014. – С. 297–300.

3. Яговец, В. С. Инновационные подходы к использованию мифологического наследия Алтая в организации экскурсионных туров / В. С. Яговец // Международный продовольственный форум «Сибирское поле: от освоения целины до продовольственной безопасности» : сборник материалов / под общ.ред. М. П. Щетинина. – Барнаул : Литера, 2014. – С. 332–336.

4. Беспалова, Н. Н. Организация отдыха на основе традиционной народной культуры в сельском туризме Алтайского края / Н. Н. Беспалова // Международный продовольственный форум «Сибирское поле: от освоения целины до продовольственной безопасности» : сборник материалов. – Барнаул : Литера. – 2014. – С. 328–331.

УДК 394

Этнографический туризм по Чуйскому тракту: история и современность

Тадина Надежда Алексеевна

*доцент кафедры истории и археологии, кандидат исторических наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
ntadina@yandex.ru*

Аннотация. На основе собранного материала и опубликованных сведений в историко-этнографической литературе освещены этапы развития этнографического туризма по Чуйскому тракту. Современное понимание культуры и осознание необходимости сохранения культурного многообразия расширяет перспективы этнографического туризма в Республике Алтай. Для функционирования объектов и мероприятий этнической культуры туризм выступает гарантом сохранности и привлечения новшества. Для гостей этнографический туризм выступает способом вхождения в другую культуру, импульсом к взаимообогащению и взаимоуважению представителей различных культур.

Ключевые слова: Алтай, этнографический туризм, Чуйский тракт, этническая культура, метод этнографического наблюдения.

Ethnographic tourism on the Chuysky tract: history and modernity

Tadina Nadejda

Annotation. The stages of development of ethnographic tourism along the Chuysky tract are highlighted based on the material collected and information published in the historical and ethnographic literature. The modern understanding of culture and awareness of the need to preserve cultural diversity expands the prospects for ethnographic tourism in the Altai Republic. For the object functioning and events of ethnic culture, tourism acts as a guarantor of safety and innovations attraction. For guests, ethnographic tourism is a way to enter another culture, an impulse for mutual enrichment and mutual respect for representatives of different cultures.

Keywords: Altai, ethnographic tourism, Chuysky tract, ethnic culture, method of ethnographic observation.

На всём протяжении Чуйского тракта, как основной дорожной магистрали Республики Алтай, стоят многочисленные турбазы. Туризм в Горном Алтае имеет столетнюю историю развития, о чем в частности свидетельствуют архивные материалы А.В. Анохина, хранящиеся в Музее антропологии и этнографии имени Петра Великого (Кунсткамера) в г. Санкт-Петербурге. В одной из его записей, сделанной в 1922 году в обычном школьном дневнике, под заголовком «На пути из Бийска на Чемал» сказано, что приезжие русские люди «проникают вглубь Алтая главным образом по двум направлениям: на восток – к Телецкому озеру и на юг – по р. Катунь» [1, л. 9]. Эти два направления в предгорные районы: первый – Турочакском и Чойский р-ны, второй – Майминский, Чемальский и Шебалинский р-ны, до сих пор остаются популярными для туристов. Этнографические записи А.В. Анохина указывают на статус рекреационных зон, который был заложен еще в начале прошлого века вблизи г. Горно-Алтайска, ставшего связующим между горными районами и степной частью Алтая.

О специфике развития туризма в Горном Алтае в первой половине прошлого века рассказывал мне известный этнограф Л.П. Потапов в годы моей учебы в аспирантуре Ленинградского Отделения Института этнографии в конце 1980-х гг. Он вспоминал, как, будучи учеником А.В. Анохина, наблюдал за развитием «турбизнеса» в с. Узнезя Чемальского района. Туристы в те времена назывались «дачниками» или «воздушниками» из-за лечения органов дыхания в сосновом бору, а алтайцы нижнего течения р. Катунь звали их «саламдар» за ношение ими соломенных шляп. Они приезжали на отдых в горы на весеннее и летнее время из сибирских городов – Барнаула, Томска, Тюмени, Омска и даже из столиц. Местные жители доставляли приезжих из г. Бийска на телегах, запряженных одной или двумя лошадьми. Обычно, подъехав к бийскому вокзалу, «предприниматели» собирали приехавших туристов на отдых в Горный Алтай. В то время лошади были выносливы, и на телеге можно было вернуться за сутки [4, с. 129].

Одним из прогрессивных признаков нового образа жизни выступало умение организовывать досуг советских граждан. Тогда в Горном Алтае действовали четыре туристических базы – «Катунь» (Чемальский район), «Юность» и «Айское озеро» (Майминский район), «Телецкое озеро» (Чойский район). В 1990-е гг. в Республике Алтай начинается новый этап развития туризма. В 1997 г. государственная турбаза «Катунь» в Чемальском районе была продана турфирме «Сибирь-Алтай» для развития лечебно-оздоровительного комплекса [4, с. 130]. Начался строительный бум и вдоль Чуйского тракта по нижнему течению р. Катунь стоят несколько сот частных как крупных, так и рядовых турбаз, отстроенных по последнему слову сервиса.

В наши дни активно проводится модернизация инфраструктуры и транспортной схемы, включающей расширение дорожного полотна Чуйского тракта, а также повышение надежности энергосистемы и продолжение газификации региона. В качестве брэнда

местного масштаба развиваются несколько перспективных туристских территорий: «Нижняя Катунь» – Майминский и Чемальский районы, рекреационных зоны по среднему течению р. Катунь в Онгудайском районе и комплекс «Ак-Туру» в Кош-Агачском районе.

В современных условиях глобализации экономики, стирания этнокультурных границ и коммерциализации культуры появляется угроза исчезновения немногочисленных народов и их языков, центров зарождения и распространения их культур. Как подтверждает опыт развития этнографического туризма, выступающего одним из наиболее эффективных способов расширения взаимодействий представителей разных культур и народов, этот вид туризма особенно популярен среди малочисленных народов, подвергающихся ассимиляции в иноэтнической среде. С другой стороны, развитие этнографического туризма ведёт к знакомству с другой неизвестной или малоизвестной культурой. С целью освещения данной проблемы проведён сбор сведений с использованием метода включенного этнографического наблюдения и соотнесены сведения о выявлении путей решения проблемы в современных условиях. При написании данной статьи использованы собственные полевые материалы автора и информация по рассматриваемому вопросу, размещенная на сайтах Интернета.

В последние два десятилетия в Республике Алтай актуальна проблема экологии этнической культуры. Наши народы – алтайцы как титульный этнос Республики Алтай, русские как этническое большинство региона, казахи как самая крупная диаспора и группы других народов находятся в состоянии перехода к новой жизни, связанной с туристической деятельностью. Этническая карта Горного Алтая представлена следующими особенностями. Русские расселены в северной, предгорной части. Их территория проживания была сформирована первыми переселенцами, прибывшими два с половиной столетия назад. Приспосабливаясь к местным природным условиям и внедряя земледельческие новшества, русские переняли от алтайцев не только способы ведения скотоводческого хозяйства, но и заимствовали некоторые черты почитания Алтая – повязывать ленточку на перевале, оставлять монеты в роднике, поверить в духа-хозяина местности, который может «наказать» за неправильное поведение. В отдаленном Кош-Агачском районе, граничащем с Монголией, по соседству с теленгитами (группой южных алтайцев) компактно проживают казахи. Они переселились полтора столетия назад из Северо-Восточного Казахстана, будучи скотоводами, но в процессе адаптации к высокогорному образу жизни переняли многие черты культуры теленгитов, южной группы алтайцев Чуйской степи.

Современное понимание культуры и осознание необходимости сохранения культурного многообразия расширяет перспективы этнографического туризма. Это изменение социокультурной ситуации объясняется сменой ценностных установок, восприятием западных поведенческих норм, появлением новых информационных предписаний, а в ответ на эти обстоятельства происходит возврат к старинным национальным традициям. Для специалистов и местного населения туризм стал формой занятости. Для функционирования объектов и мероприятий этнической культуры туризм выступает гарантом сохранности и привлечения новшеств. Для гостей этнографический туризм выступает способом вхождения в другую культуру, импульсом к взаимообогащению и взаимоуважению представителей различных культур.

Согласно периодизации развития туризма в Республике Алтай, в 1990-е годы начинался его новый этап. Расположенные вдоль Чуйского тракта Майминский, Чемальский и Онгудайский районы выступают одним из центров. Природно-хозяйственный парк «Чуй-Оозы», находящийся у одноимённого села Онгудайского района, предлагает туристам поучаствовать в приготовлении национальных блюд: суп «*кӧчӧ*», печенья «*борсок*», молочного напитка «*чеген*»; познакомиться с технологией изготовления алтайского сыра «*курут*». Среди активных видов отдыха, которые могут быть предложены туристам это посещение мест скальных выступов с древними рисунками-петроглифами, цепи древних курганов, стел и изваяний. Новое село Чуй-Оозы, ставшее активным туристским местом, было образовано в начале 2013 года на 710 км Чуйского тракта, где находится популярное

кафе. Название села означает «устье р. Чуи», и оно расположено недалеко от места слияния рек Чуи и Катунь, ставшего популярной смотровой площадкой для туристов и гостей региона.

Поскольку туризм становится элементом массовой культуры, мы полагаем, что заметное влияние на выбор маршрута оказывает мода и реклама. На современном этапе важнейшим фактором развития этнографического туризма является информационный ресурс. Туристско-рекреационный историко-культурный потенциал региона богат и достаточно интересен, познавателен и информативен. С целью создания туристического продукта этнокультурное наследие обладает большой значимостью и может быть использовано в организации досуга, создании сувениров, посещении музеев. Можно проследить специализацию техники изготовления сувениров по районам: войлочные ковры с характерным орнаментом Кош-Агачского района, берестяные поделки Майминского района, этнические сувениры Шебалинского и Онгудайского районов.

Наши полевые наблюдения позволяют сделать вывод о том, что активным спросом у туристов пользуются изображение куклы в национальной одежде, карты региона с обозначением туристических мест, политических символов герба, флага Республики Алтай в виде настольных или настенных сувениров из камня, кости, кожи или дерева. Назовём следующие объекты так называемого «этнографического туризма» туризма: Центр развития народных художественных промыслов (г. Горно-Алтайск), Алтайский культурный центр (с. Чемал), Музей русской куклы и мастер-класс (с. Чепош, Чемальского района, в 7 км от Чуйского тракта), Центр мастеров традиционных шорных ремёсел Алтая (с. Купчегень Онгудайского района, у Чуйского тракта). Другой объект досуга туристов – Музеи сельские, школьные и районные приобрели популярность в регионе. Среди постоянно увеличивающегося числа видов и форм туризма этнографический туризм может занять ведущее место в Горном Алтае.

В современных условиях, когда туризм признан единственным путем развития нашего региона, встает вопрос о последствиях антропогенной нагрузки на природную среду. В традиционном мировоззрении алтайцев природа почитаема и на всём протяжении Чуйского тракта встречаются священные места алтайцев, называемые «*байлу жер*». Изучаемая проблема приобретает актуальность особенно на территории районов активного турбизнеса, каким является Майминский район, где насчитывается несколько проблемных сакральных объектов [6, с. 231]. В их число входит источник Аржан суу (Целебный источник), называемый также «Золотой ключик».

К священным местам относятся горные перевалы на Чуйском тракте – Семинский и Чике Таман. К примеру, подножие родовой горы сёока майман *Жал Мён-кү* (Вечная грива), называемая также «гора Сарлык» у Семинского перевала. С приходом летнего периода поднимается вопрос об очистке перевалов, через которые проходит Чуйский тракт. На перевалах ведётся торговля сувенирами и продуктами питания. Стоит вопрос о недопустимости установки туалетов на перевалах и предлагается переместить их у подножия гор. Обычно проезжающие пишут имена и названия городов на высоких придорожных скалах вдоль Чуйского тракта – у сёл Усть-Муны, Купчегень, Малый Яламан, Чуй Оозы, перевале Чике Таман. Развернули деятельность экопроекты «Чистый Алтай», организованные местными жителями по очистке скал от надписей [5, с. 42-43].

Все священные места алтайцев находятся у дороги, что неслучайно. С дорогой связаны планы на будущее, перемены в жизни, исполнение желаний. Ритуальные действия почитания Алтая совершаются ни в каждой поездке, а в особых случаях – когда впервые едут через перевал, впервые везут новорожденного, сопровождают новобрачных, во время сватовской поездки, жизненно важной поездки – поступить в вуз, поправить здоровье и пр. Причём эти поездки совершаются в период новолуния и в них не могут участвовать «ритуально нечистые», те, кто на протяжении последнего года участвовал в похоронах. На священных местах принято остановиться, повязать ритуальные белые ленты в честь Алтая, оставить

белые серебристые монеты в роднике с пожеланием благополучия. Такие места не утратили своего ритуального и символического значения в этническом сознании алтайцев, выступая в повседневной и обрядовой жизни посредником между человеком и природой, которую принято почитать.

Священные места алтайцев символизируют Алтай с его реками и горами, тайгой и речными долинами. Под Алтаем осмысливается не только горная территория, но и божество, окружающее человека. Традиционная картина мира алтайцев основана на том представлении, что Природа в образе Алтая священна, она кормит и поит человека. Природа и вселенная, растительный и животный мир являются едиными, поэтому образ родины-Алтая состоит из двух взаимосвязанных половин: тайги, которой покрыты горы, и рек, текущих с гор; деревьев и камней; людей и зверей. В силу этого природный объект почитаем и наделён антропоморфными чертами. К примеру, очеловечена гора – её вершина это голова (*баи*), она имеет плечо (*ийин*), а подножие это полы её одежды (*эдек*). Один из перевалов Чуйского тракта антропоморфно назван Чике Таман, что означает «Вертикальная подошва». Обычай почитания природы, являющийся ключевым в мировоззрении алтайцев, регламентирует правила поведения и моральные нормы.

Остановимся на одном из священных мест Кош-Агачского района. У теленгитов почитаемы вершины Кокоринского и Сайлюгемского хребтов, покрытые вечными снегами, на которые не принято подниматься, а охота на диких животных высокогорных мест, таких как козерогов, архаров, ирбисов, имеет свои табу. На некоторых перевалах стоят обрядовые артефакты – каменные насыпи, называемые «*обо таи*». Одна из насыпей находится на Чуйском тракте на территории Кош-Агачского района, в нее воткнуты тальники с повязанными белыми жертвенными лентами [8, с. 308]. У села Чаган-Узун находится священное место у родника, символизирующее поклонение окружающей природе Чуйской степи. К числу актуальных объектов относится целебный источник Чаган-Узунский, находящийся у Чуйского тракта, на правом берегу реки Чуя. Его абсолютная высота 1750 м над уровнем моря. Площадь охраняемой территории 0,5 га. Впервые как памятник природы источник был утвержден в 1978 году сессией Алтайского краевого Совета народных депутатов. 16 февраля 1996 года статус памятника природы был подтвержден Постановлением Правительства Республики Алтай. Этот источник является одним из крупных, чистых, круглогодично действующих водотоков из подземных вод, выходящих на поверхность. Он расположен в скальном выступе южного отрога Курайского хребта. Жители с. Чаган-Узун и других поселений используют воду как питьевую и для лечения глазных болезней. Этот источник также именуется «Священным ключом» [6, с. 233].

В последние двадцать лет в Республике Алтай актуальна проблема охраны священных мест. В подходах к ее выяснению происходит взаимодействие органов власти и национально-культурных объединений. Официальным документом по данному вопросу является «Реестр культовых объектов и достопримечательных мест Республики Алтай», где уточнены названия и параметры сакральных мест [3]. О степени важности проблемы можно судить по решению необходимости составления карты священных мест алтайцев, принятого в феврале 2010 года на заседании общественной организации Курултай алтайского народа [2]. Есть противоположное мнение о том, что рекламирование священных мест приведет к их утрате. Предлагают грамотное оформление наиболее значимых священных мест: щит с названием и объяснением ритуальной важности природного объекта, значимости белых лент, как это предложено на одном из местных сайтов Интернета [7]. Для проведения такой работы необходим сбор полного свода священных мест, причем некоторых, стоящих в многолюдных местах, мифологических сюжетов, связанных с ними и нанесения их на карту. Таким образом, Чуйский тракт имеет важное этнографическое и этнокультурное значение. Связывая сёла предгорья, высокогорья и центральной части Горного Алтая, данная автодорога способствует активному развитию туризма. Находящиеся на данной автомагистрали священные места алтайцев напоминают о необходимости решения проблемы экологии природы и этнической культуры.

Библиографический список

1. Анохин, А. В. На пути из Бийска на Чемал / А. В. Анохин // Архив МАЭ. – Фонд 11, опись 1. – № 81.
2. Карту священных мест предлагают создать на Алтае // РИА Новости : [сайт]. – 10.02.2010. – URL: <https://ria.ru/20100210/208540764.html> (дата обращения: 05.04.2023).
3. Об утверждении государственного реестра объектов нематериального культурного наследия Республики Алтай : постановление Правительства Республики Алтай от 12.07.2019 № 187. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/422451614> (дата обращения: 05.04.2023).
4. Тадина, Н. А. Из истории развития туризма в Горном Алтае / Н. А. Тадина // Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2014) : XVI Международная научно-практическая конференция : сборник статей / Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2014. – С. 129–131.
5. Тадина, Н. А. Продвижение экологической культуры как ценности молодёжным проектом «Чистый Алтай» / Н. А. Тадина, С. С. Ябыштаев // Ценностные ориентации молодежи в условиях модернизации современного общества. – Горно-Алтайск : БИЦ ГАГУ, 2022. – С. 41–45.
6. Тадина, Н. А. К проблеме охраны сакральных объектов Республики Алтай / Н. А. Тадина, Т. С. Ябыштаев // Полевые исследования в Верхнем Приобье, Прииртышье и на Алтае (археология, этнография, устная история и музееведение). 2019 г.: Вып. 15 / под ред. М. А. Демина, Т. К. Щегловой, Н. С. Грибановой. – Барнаул : АлтГПУ, 2020. – Вып. 15. – С. 231–236.
7. Тырысова, З. Т. Сакральный Алтай и современная политика // БезФормата : [сайт]. – 21.12.2015. – URL: <https://gornoaltaysk.bezformata.com/listnews/sakralnij-altaj-i-sovremennaya-politika/41730762/> (дата обращения: 05.04.2023).
8. Ябыштаев, С. С. Об актуальности поправок реестра объектов нематериального культурного наследия в Республике Алтай / С. С. Ябыштаев // Материалы LX Российской археолого-этнографической конференции студентов и молодых учёных с международным участием / отв. ред.: И. М. Бердников, Д. Н. Лохов. – Иркутск : Издательство ИГУ, 2020. – С. 308–310.

УДК 379.851

Скансен как перспективное направление для развития этнографического туризма в Восточном Казахстане

Куликова Елена Николаевна

заведующая отделом краеведения и этнотуризма, Учебно-исследовательский экобиоцентр, Республика Казахстан, Усть-Каменогорск

kulikova_e_n@mail.ru

Ротанова Ирина Николаевна

доцент кафедры физической географии и геоинформационных систем, кандидат географических наук, доцент, Алтайский государственный университет, Россия, Барнаул

kulikova_e_n@mail.ru

Аннотация. В статье представлена информация о перспективах развития этнографического туризма в Восточном Казахстане. Проведена оценка природно-исторического потенциала каждого из районов области. Рассмотрено новое скансен-направление для развития этнотуризма. Предложено использование комплекса «Акбаур» в качестве скансена.

Ключевые слова: Восточно-Казахстанская область, этнографический туризм, этнический состав районов, культурно-исторический потенциал, скансен, Акбаур.

Skansen as a promising direction for the development of ethnographic tourism in East Kazakhstan

Kulikova Elena

Head of the Department of Local History and Ecotourism, Educational and research ecobiocenter, Kazakhstan, Ust-Kamenogorsk

kulikova_e_n@mail.ru

Rotanova Irina

Associate Professor of the Department of Physical Geography and Geoinformation Systems, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Altai State University, Barnaul

kulikova_e_n@mail.ru

Annotation. The article presents information about the prospects for the development of ethnographic tourism in East Kazakhstan. The assessment of the natural and historical potential of each of the districts of the region was carried out. A new skansen direction for the development of ethnotourism is considered. The use of the Akbaur complex as a skansen is proposed.

Keywords: East Kazakhstan region, ethnographic tourism, ethnic composition of districts, cultural and historical potential, skansen, Akbaur.

Развитие внутреннего туризма, являясь приоритетным для экономики разных государств, стимулирующим образом влияет на все отрасли хозяйствования. Одним из перспективных направлений внутреннего туризма в Казахстане является этнографический туризм. Особенности исторического развития страны определили ее многонациональный состав. Так, только на территории Восточного Казахстана проживает 120 этносов, из которых 14 являются наиболее многочисленными [4].

Территория Восточно-Казахстанской области (ВКО) состоит из 9 районов, этнический состав которых разнообразен. Наиболее многочисленными являются казахи (Тарбагатайский, Зайсанский, Уланский, Курчумский, Самарский районы) и русские (Алтайский, Глубоковский, Шемонаихинский районы) [9]. Многообразие этнической разнородности Восточного Казахстана обусловлено особенностями исторического заселения региона.

Характерной чертой каждой народности является стремление к сохранению исторического и культурного наследия. На территории Восточного Казахстана отмечено 623 памятника, большая часть которых относится к материальным недвижимым объектам истории и культуры [10].

Анализируя аспекты развития этнографического туризма Восточного Казахстана, целесообразно провести оценку историко-культурного потенциала региона [5]. Для этого рассмотрены плотность, разнообразие и статус каждого памятника в разрезе девяти районов ВКО.

Плотность – отношение общего количества памятников истории и культуры к площади территории района. Плотность памятников определяется по формуле:

$$D = \frac{Q}{A}$$

Density=quantity/area,

где D (density - плотность) плотность памятников территории; Q (quantity-количество) общее количество памятников; A (area- территория) площадь территории [5].

Средняя плотность памятников ВКО, рассчитанная по данной формуле, составляет 0,0063. Плотность историко-культурных объектов по районам области различается (таблица 1).

Таблица 1 – Плотность памятников ВКО в разрезе районов

Наименование района Восточно-Казахстанской области	Площадь территории, кв. км	Количество культурно- исторических памятников	Плотность памятников
Алтай район	10 500	14	0,0013
Глубоковский	7 300	10	0,0014
Зайсанский район	10 500	36	0,0034
Катон-Карагайский район	13 167	21	0,0016
Курчумский район	23 200	41	0,0017
Самарский район	7 657	15	0,0023
Тарбагатайский район	11 865	12	0,0011
Уланский район	9 610	38	0,0039
Шемонаихинский район	4 000	33	0,0082

Количественный показатель плотности памятников может быть выражен двумя качественными градациями шкалы с соответствующим количественным обоснованием:

- высокая плотность соответствует диапазону от 0,002 до 0,008;
- низкая плотность соответствует диапазону от 0,001 до 0,002.

Наибольшей плотностью обладают Шемонаихинский, Уланский, Зайсанский и Самарский районы (рисунок 3).

Разнообразие – наличие различных типологических групп памятников истории и культуры на территории отдельного административного района. Материальное культурное наследие региона, включающее недвижимые памятники истории и культуры, состоит из объектов истории, археологии, строительства и архитектуры, искусства [3]. Для оценки разнообразия памятников их количественное выражение может быть выражено двумя качественными градациями шкалы с соответствующим количественным обоснованием:

- высокое разнообразие соответствует наличию в районе всех типов памятников;
- низкое разнообразие соответствует отсутствию в районе всех типов памятников.

Наибольшим разнообразием типов историко-культурных памятников обладают Зайсанский, Катон-Карагайский, Уланский районы (табл. 2).



Рисунок 3 – Плотность расположения памятников по районам ВКО

Таблица 2 – Разнообразие памятников материального наследия в разрезе районов Восточного Казахстана

Наименование района Восточно-Казахстанской области	Количество культурно-исторических памятников	Памятник археологии	Памятники монументального искусства	Градостроительства и архитектуры	Ансамбли и комплексы	Сакральные объекты
Алтай район	14	4	8	2		
Глубоковский	11	7	2	2		
Зайсанский район	36	9	2	23	1	1
Катон-Карагайский район	21	8	7	1	2	2
Курчумский район	41	35	5	1		
Самарский район	15	9	4	2		
Тарбагатайский район	12	2	4	5		1
Уланский район	38	32	2	2	1	1
Шемонаихинский район	33	17	11	5		

Статус памятников – это показатель ценностных свойств объекта в туризме на территории исследований, представлен двумя уровнями государственного и местного значения памятников [5].

Для оценки статусности памятников может быть использована следующая градация оценок:

- высокий статус соответствует наличию в районе памятников местного (количеством более 9) и республиканского (количеством более 2) значения;
- низкий статус соответствует наличию в районе памятников местного (количеством менее 9) и республиканского (количеством менее 3) значения.

Наибольшее количество значимых памятников республиканского значения расположено в Уланском, Зайсанском, Тарбагатайском районах (таблица 3).

Таблица 3 – Статус памятников ВКО в разрезе районов

Наименование района Восточно-Казахстанской области	Общее количество культурно-исторических памятников	Статус памятника местного значения	Статус памятника республиканского значения
Алтай район	14	14	-
Глубоковский	10	9	1
Зайсанский район	36	33	3
Катон-Карагайский район	21	20	1
Курчумский район	41	41	-
Самарский район	15	15	-
Тарбагатайский район	12	10	2
Уланский район	38	33	5
Шемонаихинский район	33	33	-

Для оценки историко-культурного потенциала районов ВКО применен экспертный метод в сочетании с балльной оценкой основных характеристик, учитываемых для развития этнографического туризма (таблица 4).

Использовалась следующая градация оценок:

1. Наличие высоких показателей – 1 балл;
2. Наличие низких показателей – 0 баллов.

Таблица 4 – Оценка историко-культурного потенциала районов ВКО для развития этнографического туризма

Наименование района Восточно-Казахстанской области	Основные характеристики памятников		
	плотность	разнообразие	статус
Алтай район	0	0	0
Глубоковский	0	0	0
Зайсанский район	1	1	1
Катон-Карагайский район	0	1	0
Курчумский район	0	0	0
Самарский район	1	0	0
Тарбагатайский район	0	0	1
Уланский район	1	1	1
Шемонаихинский район	1	0	0

Исходя из вышеизложенного, видно, что наибольшим историко-культурным потенциалом для развития этнографического туризма обладают Зайсанский и Уланский районы Восточно-Казахстанской области.

Одним из перспективных направлений в познавательном туризме является использование скансенов для развития этнотуризма.

Скансен – этнографический комплекс, основанный в 1891 году в Стокгольме [1]. Он стал первым в мире этнографическим музеем под открытым небом, где собраны дома и комплексы (кузница, стеклодувная и гончарная мастерская, пекарня) с различных концов Швеции, а также зоопарк и аквариум. В настоящее время сложился комплекс традиционных скансен-объектов, которые обязательно располагаются в подобных типах музеев: современные и реконструированные древние поселения; мастерские: гончарная и кузнечная, пекарня; контактные зоопарки с животными, используемые в местном животноводстве; участки огородов и садов с традиционным растениеводством.

Обладая рядом преимуществ, в скансене акцентируется внимание не только на познавательный, но и на интерактивный, творческий аспекты, что способствует привлечению большего числа туристов [1, 2, 6]. Анализ разных по типологии музеев, по ряду критериев показывает большую аттрактивность скансенов для развития туризма, в том числе этнографического (таблица 5).

Таблица 5 – Сравнение типов музеев

Основные показатели	Музей	Музей под открытым небом	Скансен
Наличие выставочных экспозиций	+	+	+
Наличие музейных фондов	+	+	+
Создание специальных условий хранения экспонатов (температура, влажность, уровень освещения)	+	–	–
Расположение экспонатов под открытым небом	–	+	+
Использование экспонатов по назначению, их осязание	–	–	+
Использование экспонатов в этнографических мероприятиях	–	–	+

На территории Республики Казахстан функционируют 245 государственных музеев, в том числе 17 музеев республиканского уровня, 54 музея областного уровня, 73 – районного уровня, 97 – филиалы областного и районного уровня и 4 частных музея [6]. Вышеперечисленные музеи страны делятся на следующие группы: исторические – 54, краеведческие – 89, мемориальные – 57, естественно-научные – 3, искусствоведческие – 11, музеи-заповедники – 13 и другие – 18 [11].

Несмотря на большое количество музеев и экспонирование части объектов музеями на открытом воздухе, официально музеем под открытым небом является только «Историко-культурный музей-заповедник «Ботай»» (2018 г.) в Северо-Казахстанской области. Здесь на территории в 20 км² экспонируются реконструированные жилища, оригинальные археологические находки, восковые фигуры древних жителей ботайской культуры эпохи неолита, найденные на этом памятнике [8].

На территории ВКО находятся 2 музея, чьи экспонаты демонстрируются под открытым небом – это часть этнодеревни «Областного архитектурно-ландшафтного этнографического музея» и некрополь «Государственного историко-культурного музея-заповедника «Берель» [11].

Вместе с тем, для развития этнографического туризма скансен имеет ряд преимуществ перед музеем под открытым небом, позволяя внедрить полное погружение в атмосферу жизни людей в прошедшие исторические эпохи и интерактивно использовать историко-археологические объекты. Для развития этнотуризма можно использовать имеющиеся в ВКО музей под открытым небом, проводя тематические мероприятия, национальные праздники, этнофестивали.

Возможной перспективой развития этнотуризма в области является создание скансена «Акбаур». Данный объект находится на территории Уланского района, который по плотности, разнообразию и статусности превосходит показатели других районов ВКО, обладая наибольшим потенциалом для развития этнографического туризма.

Природно-исторический комплекс «Акбаур» расположен в Калбинском Алтае, в 38 км от областного центра Восточно-Казахстанской области. Включает следующие аттрактивные объекты:

- государственный памятник природы «Синегорская пихтовая роща»,
- ключевая орнитологическая территория «Западные предгорья Калбы»,
- древние горные выработки (Штыс до н.э.- IV век до н.э.),
- древние поселения (Штыс до н.э.- IV век до н.э.),
- могильники (Штыс до н.э.- IX век н.э.),
- каменные изваяния (VII–Xвв н.э.),
- наскальные рисунки (Штыс до н.э.- IX век н.э.).

Комплекс «Акбаур» практически полностью охватывает Аблакетский сельский округ (980 км²) Уланского района, в состав которого входят 4 села: Сагыр (1898 г.), Мамай батыр (1908 г.), Бестерек (1930 г.), Желдыозек (1950 г.).

Исходя из вышеизложенного, наиболее перспективным для развития этнотуризма ВКО, будет создание скансена «Акбаур» на территории административной единицы- Аблакетского сельского округа Уланского района Восточного Казахстана, который в перспективе будет включать местные памятники природы и культуры, а также традиционные скансен-объекты (таблица 6).

Таблица 6 – Перспектива использования объектов комплекса «Акбаур» в качестве скансена

Аттрактивные объекты комплекса «Акбаур»	Использование объектов в предлагаемом скансене «Акбаур»
Природные объекты	
Государственный памятник природы «Синегорская пихтовая роща»	Места для пассивного отдыха, традиционных промыслов-сбора трав, ягод, грибов
Ключевая орнитологическая территория «Западные предгорья Калбы»	
Историко-культурные объекты	
Древние горные выработки	Реконструкция кузницы эпохи бронзы
Древние поселения	Реконструированные: поселения разных исторических периодов, мастерские по производству гончарных изделий и по пошиву традиционной одежды
Каменные изваяния, наскальные рисунки, могильники	Знакомство с нематериальным наследием-языковыми традициями, песнями, обрядами, обычаями
Современные поселения Сагыр и Мамай Батыр	Знакомство с традиционным жилищем, одеждой, музыкальными инструментами русских; участки огородов и садов с традиционным растениеводством
Современные поселения-Бестерек, Желдиозек	Знакомство с традиционным жилищем, одеждой, музыкальными инструментами казахов; контактный зоопарк с животными, используемые в местном животноводстве; традиционная охота с ловчими птицами и собаками

Таким образом, территории Восточно-Казахстанской области обладает значительным культурно-историческим потенциалом для развития этнографического туризма. Для его интенсификации, перспективными являются Уланский, Зайсанский районы. Возможным локусом может стать природно-исторический комплекс «Акбаур», аттрактивные объекты которого предлагается трансформировать в скансен.

Библиографический список

1. Афанасьев, О. Е. Происхождение и этапы развития скансенов в Европе / О. Е. Афанасьев, В. В. Вольхина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – Выпуск 4. – С. 12–22.
2. Галаслы, Е. Г. Скансены, как перспективный туристский ресурс территории / Е. Г. Галаслы // Молодой ученый. – 2017. – № 50.1 (184.1). – С. 14–16. – URL: <https://moluch.ru/archive/184/47317/> (дата обращения: 14.03.2023).
3. Галкова, О. В. Проблема типологизации памятников истории и культуры / О. В. Галкова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-tipologizatsii-pamyatnikov-istorii-i-kultury> (дата обращения: 14.03.2023).
4. Географическая энциклопедия. Восточный Казахстан // Усть-Каменогорск : КАСУ, 2013. – 264 с.
5. Гировка, Н. Н. Рекреационные ресурсы: географические аспекты, свойства : монография / Н. Н. Гировка. – Нижний Новгород : ННГАСУ, 2011. – 478 с.

6. Глушкова, П. В. Классификация музеев под открытым небом в аспекте актуализации нематериального культурного наследия / П. В. Глушкова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 1 (61). – С. 59–63.

7. Куликова, Е. Н. Акбаур – природно-исторический комплекс Восточного Казахстана : монография / Е. Н. Куликова, И. Ю. Недосекова. – Усть-Каменогорск, 2017. – 91 с.

8. Музей под открытым небом Ботай // Музей-заповедник «Ботай» : [сайт]. – URL: <https://botai-museum.kz/ru/meropriyatiya/mezhdunarodnyj-simpozium-khudozhnikov-botai-uly-dala-madenieti> (дата обращения: 13.03.2023).

9. Народы Восточного Казахстана // Ассамблея народа Казахстана : [сайт]. – URL: <https://assembly.kz/ru/region/vko/pages/ob-assamblee-oblasti/> (дата обращения: 14.03.2023).

10. Свод историко-культурных памятников Восточно-Казахстанской области. – Усть-Каменогорск, 2003.

11. Статистические данные по музеям Республики Казахстан // Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан : официальный сайт. – URL: <https://stat.gov.kz/official/industry/21/statistic/7> (дата обращения: 14.03.2023).

УДК: 379.8 (910)

Состояние развития этнического туризма в регионах России

Екеева Эмма Васильевна

*доцент кафедры географии и природопользования, кандидат педагогических наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск*

kfg@gasu.ru

Барбачакова Дарья Алексеевна

*студент 211 гр. естественно-географического факультета, Горно-Алтайский
государственный университет, г. Горно-Алтайск*

daria_barb@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается понятие «этнический туризм», его характерные особенности, перспективы развития и положительные и отрицательные последствия, а также описаны результаты социологического опроса, проведенного в целях выявления состояния этнического туризма в регионах России, в частности, в Республике Алтай и Республике Марий Эл.

Ключевые слова: этнический туризм, направления этнического туризма, состояние развития этнического туризма, регионы России.

State of the development of ethnic tourism in regions of Russia

Ekeyeva Emma

*Candidate of Pedagogical Sciences, associate Professor,
associate Professor of the Department of Geography and Nature Management,*

Gorno-Altai State University, Gorno-Altai

kfg@gasu.ru

Barbachakova Darya

*student 211 gr. Faculty of Natural Geography,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai*

daria_barb@mail.ru

Annotation. The article discusses the concept of «ethnic tourism», its characteristic features, development prospects and positive and negative consequences, as well as describes the results of a sociological survey conducted to identify the state of ethnic tourism in the regions of Russia, in particular, in the Republic of Altai and the Republic of Mari El.

Keywords: ethnic tourism, directions of ethnic tourism, state of development of ethnic tourism, regions of Russia.

Развитие туристической отрасли в Российской Федерации является одним из основных направлений развития экономики страны. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, ожидается комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в стране, путем создания конкурентоспособного туристического продукта [1].

В России разрабатываются проекты, с целью стимулирования экономического развития общин коренного населения, посредством приобщения их к осуществлению этнотуризма как вида экономической деятельности. Такие проекты направлены на развитие устойчивого этнического туризма с помощью коренного населения, являющегося одним из наименее социально, экономически защищенных групп населения современного российского общества.

Этнический туризм – одно из направлений культурно-познавательного туризма, наиболее перспективное в полиэтнических регионах России. Он позволяет сочетать досуг и образование: можно ознакомиться с историей того или иного российского региона, погрузиться в другое время, представить себя местным жителем, живущим на этом регионе. Самым важным в организации этнического туризма является ознакомление участников с традициями и культурой различных этносов. Иногда такой туризм называют также этнографическим, поскольку этнография («народоведение») – это наука, исследующая культурно-бытовые особенности различных народов мира в их историческом развитии, изучающая проблемы происхождения и культурно-исторические взаимоотношения этих народов, восстанавливающая историю их расселения и передвижения.

Существует разделение этнотуризма на ностальгический и традиционный. Ностальгический – это посещение исконных мест, исторической родины, а традиционный – позволяет познакомиться с культурой, посетив поселения или музеи. Так, например, тысячи туристов посещают этнографический музей в г. Космодемьянске Республике Марий Эл, в котором представлены образцы деревянного зодчества, старинные орудия труда и предметы быта, применявшиеся в традиционном крестьянском хозяйстве марийского Поволжья [2].

Выделяется антропологический туризм, связанный с посещением мест исчезнувших или исчезающих культур. Например, в России сегодня начинает формироваться туризм на Крайнем Севере с целью ознакомления с бытом и традициями малочисленных народов, находящихся под угрозой исчезновения. Появился новый подвид этнотуризма – джайлоо, когда туристы селятся с представителями этноса, который обычно невелик, и живут с ними.

Этнотуризм также можно разделить на стационарный и эвентуальный: первый – связан с посещением места проживания этноса. Такие визиты проводятся систематически, так как объект постоянно доступен; второй – связан с проведением события, например, праздника, фестиваля.

Очевидным становится факт того, что развитие этнического туризма в России набирает обороты. Во многих регионах уже существуют музеи и выставки, которые открывают специальные места для изучения местных ремесел и традиционного образа жизни. В настоящее время в некоторых российских регионах действуют несколько этнографических деревень, а также рекреационные комплексы с этническим колоритом. Погружение в среду и знакомство с культурными особенностями достигается путем приобщения к традиционным обрядам, участием в реальных праздниках, дегустации и участием в изготовлении блюд марийской кухни, обучению прикладному творчеству и т. п.

Несмотря на то, что сегодня этнический туризм в России развивается и привлекает множество людей, его организация сопряжена со многими трудностями и проблемами. Создание этнографического объекта требует научных исследований, обоснования, а также больших капиталовложений. Поэтому эти инвестиции, как правило, являются делом только крупных организаций или государства. Также стоит отметить такие проблемы организации этнотуризма, как:

- негативный эффект на окружающую среду: большое количество туристов может оказать негативное влияние на природную среду и нанести ущерб объектам;

- риск культурной комодификации: туристические программы этнической направленности использованием традиций и обычаев в коммерческих целях и без уважения к подлинности культуры могут привести к потере ее аутентичности;

- наряду с положительными эффектами, этнический туризм может оказать отрицательное влияние на местную экономику, в случае формирования финансовой зависимости местных жителей от туристической индустрии;

- риск конфликтов: коренное население может почувствовать себя неудобно или даже враждебно настроенными по отношению к туристам, в контексте использования их культуры в коммерческих целях.

Но тем не менее, развитие этнического туризма, в основном оказывает положительное влияние на регион, способствуя сохранению и продвижению культурного наследия и традиций местных народов, являясь экономическим фактором развития региона, привлекая инвестиции, создавая новые рабочие места и повышая уровень доходов местного населения.

Согласно результатам нашего социологического исследования, этнический туризм представляет определенный интерес для жителей некоторых регионов России. Социологический опрос проводился в марте 2023 года, в нём приняли участие 128 человек, большая часть опрошенных – представители этнических регионов России. 29,7% респондентов занимаются деятельностью, связанной с туризмом. При этом у 90% респондентов имеется представление о термине «этнический туризм». Значительная часть респондентов интересуется направлениями этнического туризма и достаточно информирована (таблица 1).

Таблица 1 – Наиболее интересны направления этнического туризма

Направления этнического туризма	Количество людей, в %
Нематериальная культура народов (обряды, обычаи и т.д.)	74,2%
Материальная культура (предметы быта, народные промыслы и т.д.)	67,2%
Гастрономический туризм, знакомство с национальными кухнями	68%
Событийный туризм, участие в народных праздниках	55,5%
Войлочное искусство, изготовление сырмаков, ковров	0,8%
Взаимосвязь этнической культуры с традиционными религиями страны	0,8%
Не интересуется ни одно направление	4%

При анализе вопроса о знакомстве с народными праздниками, можно отметить заинтересованность и увлеченность участников опроса культурой своего региона: 43 % – отметили межрегиональный фестиваль русского фольклора «Родники Алтая», 81% – восточнославянский традиционный праздник «Масленица», 70% – алтайский Новый Год по лунному календарю – Чагаа-Байрам, 67% – праздник духовного единения народов Эл-Ойын и т. д.

Для 49,2% респондентов развитие этнического туризма является особо перспективной деятельностью на территории, где они проживают. В основном информированность респондентов в отношении этнического туризма выражается в заинтересованности национальными праздниками, с ними знакомы 98,4%. Можем заметить, что основная часть опрошенных не уделяют внимание вопросу об отрицательных последствиях влияния развития этнического туризма на коренное население. Лишь 3,1% респондентов считают, что развитие этнического туризма негативно скажется на коренном населении, либо принесет больше вреда, чем пользы. По мнению участников опроса, наиболее перспективными с точки зрения развития этнического туризма являются такие регионы, как Республика Алтай,

Республика Бурятия, Республика Хакасия, Республика Карелия, Республика Саха (Якутия), Республика Марий Эл. При этом отвечая на вопрос: «Какие регионы Вы хотели бы посетить с целью этнического туризма» (таблица 2), респонденты из Республики Алтай и Республики Марий Эл не отмечают свой регион. Можно предположить, что это связано с тем, что, проживая в своем регионе, респонденты по умолчанию не считают его интересным. В целом, 98% респондентов интересуются поездками с этнической направленностью.

Таблица 2 – Желаемые регионы России, которые хотят посетить люди

Регионы России, в которые есть желание посетить с целью этнического туризма	Количество людей, в %
Республика Саха (Якутия)	32%
Республика Бурятия	26%
Республика Алтай	8%
Республика Карелия	8%
Республика Хакасия	6%
Республика Марий Эл	4%
другие	20%

Таким образом, можно сделать вывод о повышенном интересе к этническому туризму со стороны опрошенных, что говорит о его безусловном высоком потенциале развития, т.к. этнический туризм способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека, прежде всего, путем внедрения в культурные традиции народов; при правильном подходе к его развитию имеет положительный экономический результат и является перспективной отраслью туризма.

Библиографический список

1. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р. – URL: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения: 07.04.2023).
2. Чумаков, К. Этноэкологический туризм в сохранении природного и культурного наследия / К. Чумаков // Новая жизнь. – 2006. – № 5. – С. 15–16.

10 Роль и особенности развития лечебно-оздоровительного туризма

УДК:338.484.6

Роль и развитие медицинского туризма в Кыргызстане

Кучукова Альвина Боронбаевна

*старший преподаватель кафедры гуманитарных дисциплин, Международный Университет
Кыргызстана, г. Бишкек
alvinak@iksu.kg*

Аннотация. Медицинский туризм относится к быстрорастущей сфере международного туристического бизнеса. В данной статье рассматриваются роль и развитие медицинского туризма в Кыргызстане. Как известно, медицинский туризм — это совмещение отдыха за рубежом с высококвалифицированным медицинским обслуживанием, для получения медицинских услуг и оздоровления. Оздоровительный туризм подразумевает путешествие с целью оздоровления, укрепления своего здоровья и улучшения внешнего вида (это многочисленные процедуры, связанные с минеральной, пресной или морской водой). В настоящее время на его долю приходится 41% рынка медицинского туризма, что в свою очередь является актуальной.

Ключевые слова: медицинский туризм, туристический поток, международный медицинский туризм, въездной медицинский туризм, выездной медицинский туризм, природные ресурсы, медицинские услуги, санатории, курорты.

Role and development of medical tourism in Kyrgyzstan

Kuchukova Alvina

*Senior lecturer Department of Humanitarian Disciplines,
International University of Kyrgyzstan, Bishkek
alvinak@iksu.kg*

Annotation. Medical tourism is one of the fastest growing areas of the international tourism business. This article discusses the role and development of medical tourism in Kyrgyzstan. As everyone knows, medical tourism is a combination of holidays abroad with highly qualified medical care, for medical services and recovery. Health tourism involves a journey to improve health, improve one's health and improve one's appearance (these are numerous procedures associated with mineral, fresh or sea water). Currently, it accounts for 41% of the medical tourism market, which in turn is relevant.

Keywords: medical tourism, tourist flow, international medical tourism, inbound medical tourism, outbound medical tourism, natural resources, medical services, sanatoriums, health resorts.

В настоящее время медицинский туризм является одним из самых популярных видов туризма. Пациенты со всего мира едут на лечение за рубеж, совмещая качественное медицинское обслуживание с приятным отдыхом. Лидерами в предоставлении высококачественной «Традиционной» медицины являются такие страны, как Германия, Швейцария, Австрия, Япония, Франция, Израиль, США и Канада. Доля этих стран составляет 63% мирового рынка медицинского туризма. Между тем такие страны как Индия, Сингапур, Мексика, Таиланд, Бразилия, Израиль, Турция, Южная Корея являются лидерами по приему медицинских туристов из стран Европы и Северной Америки. В арабских странах популярными сетями являются клиники Дубай и Иордании.

В индустрии туризма медицинский туризм является наиболее развивающейся и популярной. Все это включает в себя поездки в другие страны для лечения, оздоровления, профилактики, совмещая отдых.

Медицинский туризм делится на 2 группы:

1. Международный медицинский туризм (въездной и выездной).
2. Внутренний медицинский туризм.

Международный медицинский туризм— это когда пациент выезжает из своей страны в другую страну для лечения. Пациент будет получать высококачественное лечение и больше медицинской помощи, в отличие от того, что он получил бы, если бы решил остаться на родине. Кроме того, цель поездки за границу может быть связана с ценовой доступностью или более легким доступом к лечению.

Международный медицинский туризм подразделяется на:

- ✓ въездной
- ✓ выездной

Въездной медицинский туризм - пациенты возвращаются из иностранного государства в свою родную страну для продолжения медицинского лечения.

Выездной медицинский туризм предполагает поездку из одной страны в другую страну для лечения.

Варианты лечения, доступные за границей, влияют на некоторые факторы, которые следует учитывать, прежде чем выбрать медицинский туризм. Общие лечебные процедуры, предлагаемые в медицинских учреждениях за рубежом, включают:

Кардиохирургия: одна из наиболее распространенных причин, по которой пациенты выбирают медицинский туризм, заключается в том, чтобы получить лучшее лечение различных состояний. Это может быть врожденный порок сердца, сердечная недостаточность или ишемическая болезнь сердца.

Трансплантация органов: эта процедура сопряжена с большим риском. В результате пациенты выбирают лечение за границей у профессиональных и сертифицированных хирургов, использующих самое современное оборудование.

Лечение рака: поскольку рак является вторым по смертности заболеванием в мире после сердечно-сосудистых заболеваний, многие пациенты выезжают за границу, чтобы получить лечение от рака, к которому у них нет доступа в их родных странах. Обычно пациенты, страдающие раком, выезжают за границу, чтобы воспользоваться новейшими методами лечения, которые менее болезненны, более эффективны и обеспечивают самые высокие показатели выживаемости.

Ортопедическая хирургия: Большинство пациентов выезжают за границу для получения медицинской помощи и лечения заболеваний опорно-двигательного аппарата. Это могут быть заболевания костей, суставов, мышц, связок или сухожилий.

Стоматология: пациенты обычно обращаются за стоматологической помощью за пределами своей страны из-за отсутствия передовых технологий и сертифицированных медицинских работников.

Терапия стволовыми клетками: иногда пациенты могут обратиться за лечением за границу, чтобы помочь справиться с поврежденными, травмированными или нефункционирующими тканями с помощью стволовых клеток.

Косметическая или пластическая хирургия. Большинство местных медицинских учреждений не проводят косметические и пластические хирургические процедуры. В результате люди выбирают поездки за границу, где они могут получить всестороннюю помощь. Это могут быть процедуры для удаления признаков старения и изменения или улучшения общего внешнего вида.

ЛОР-хирургия. Хирургические операции на ушах, носу и горле часто требуют современного оборудования и технологий. В результате пациенты с сопутствующими заболеваниями выезжают за границу, чтобы получить доступ к таким медицинским процедурам.

Хирургия глаза: это одна из самых рискованных хирургических процедур, и в большинстве развивающихся стран для нее нет соответствующих помещений и

медицинских специалистов. Из-за этого пациенты вынуждены выезжать за границу для получения лучших вариантов лечения.

Лечение бесплодия: в случае сложных проблем с фертильностью, которые не могут быть решены на месте, пациенты могут выбрать поездку за границу для лучшего лечения.

Реабилитационные услуги: Большинство развивающихся стран не предлагают надлежащих реабилитационных услуг. В таких случаях медицинский туризм может стать лучшей альтернативой.

Помимо этих вариантов, также можно приобрести широкий спектр дополнительных возможностей лечения с помощью медицинского туризма. Это, однако, будет зависеть от состояния здоровья человека и ожиданий или целей. Другие дополнительные услуги, которые предлагает медицинский туризм, включают:

- Полная поддержка и сопровождение
- Беспроблемная госпитализация
- Срочный прием у врача
- Осмотры и наблюдения после лечения

Внутренний медицинский туризм не предполагает международных поездок. Вместо этого пациенты перемещаются из одного региона своей страны в другой, чтобы искать и получать медицинские услуги. Внутренний медицинский туризм направлен на поиск лучшего варианта лечения, которого нет на месте пребывания пациента. Например, люди из менее развитых стран, где доступ к медицинским услугам в сельской местности ограничен, едут в столицу страны или в другие крупные города, где есть доступ к медицинским услугам и где они могут лечить свои заболевания.

Медицинский туризм в цифрах: 85% пациентов ведут на лечение, потому что хотят получить более качественную медицинскую помощь, 27% медицинских туристов ранее уже проходили лечение за рубежом минимум 1 раз 36% пациентов пользуются услугами компаний, организующих лечение за границей, 7-14 тысяч долларов в среднем тратит медицинский турист за одну поездку, 45-65 лет – возраст, в котором люди чаще всего выезжают за границу на лечение. 30 млн. человек в год лечатся или оздоравливаются за пределами родной страны

Цели медицинского туризма. Страны, которые принимают больше всего туристов со всего мира, обладают одним или несколькими из ниже перечисленных преимуществ:

- ✓ Наличие особых климатических условий (лечебные грязи, термальные источники и т.д.);
- ✓ Возможность проведения операций или медицинских манипуляций по низким ценам;
- ✓ Возможность оказания высокотехнологичной медицинской помощи, недоступной в других государствах. Среди главных причин популярности медицинского туризма – использование новейших технологий, которые часто недоступны в отечественных больницах. Такие как ПЭТ/КТ(позитронно-эмиссионная и компьютерная томография) и МРТ(магнитно-резонансная томография), протонная терапия, аппаратная радиохирurgia (кибер-нож и гамма-нож), иммуноклеточная терапия и многие другие. Применение этих методик даёт возможность провести качественное лечение, которые позволит значительно увеличить продолжительность жизни или полностью вылечить опасное заболевание.

Другие причины, вынуждающие пациентов ехать в другую страну на лечение:

- ✓ Экономия денежных средств;
- ✓ Необходимость использования процедур, запрещенных на родине (аборт, суррогатное материнство, смена пола и т.д.);
- ✓ Желание совместить лечение с отдыхом;
- ✓ Потребность уменьшения времени ожидания медицинской помощи;
- ✓ Лечение редких заболеваний.

Преимущества медицинского туризма

Направляясь на лечение за границу, можно смело рассчитывать на качественную и своевременную медицинскую помощь, потому что медицинские услуги за рубежом предоставляют специалисты, профессионалы своего дела. Новейшие методики лечения, а также качественные медикаменты, которым часто нет аналогов на отечественном рынке – весомые преимущества зарубежной медицины. Отправляясь в медицинский тур можно совместить приятное с полезным: это дополнение к отличному здоровью – получить незабываемый отдых за рубежом. Благоприятные климатические и социальные условия, а также комфорт и отменный сервис заграничных клиник способствуют быстрейшему выздоровлению.

Лечение за рубежом даёт надежду на выздоровление тысячам пациентов во всём мире. Надёжность и качество заграничных клиник, а также профессионализм врачей – залог излечения даже сложных заболеваний. Лечебный туризм дал начало новой концепции мирового здравоохранения. Не имея возможности решить свои проблемы со здоровьем на родине, турист выбирает страну, врача и клинику, где ему могут предложить самое лучшее лечение и диагностику.

По мере того, как людям в большинстве стран становится все легче путешествовать в разные места, все больше и больше пациентов покидают свои страны и отправляются в поисках медицинской помощи и лечения в другие страны. Более того, с каждым годом число международных медицинских туристов растёт, а количество различных видов терапии, лечения и других медицинских услуг, которые имеют тенденцию покрывать даже самые субъективные потребности, увеличивается, что становится нормой для большинства людей, не только из высшего класса, но и из среднего класса доходов.

В зависимости от состояния здоровья и медицинских потребностей пациента решение о поездке за границу для получения медицинских услуг может привести к серьезным изменениям в его жизни, таким как увеличение шансов на выживание или улучшение качества жизни за счет менее болезненного лечения различных заболеваний или косметические процедуры или пользуясь передовыми технологиями, которые помогают хирургическим вмешательствам, чтобы увеличить вероятность успеха. Поэтому медицинский туризм очень полезен для миллионов людей во всем мире. Он покрывает большую часть расходов на лечение, а также лекарства. Это дает каждому пациенту возможность выехать за границу и получать наилучшую медицинскую помощь, которую он желает.

Развитие медицинского туризма в Кыргызстане по сравнению с другими видами туризма получил развитие сравнительно недавно, и оно находится на фазе внедрения. Большинство кыргызстанцев всё чаще отправляется на лечение за границу, в основном с целью уточнения диагноза и получения шанса на выздоровление. Жители Кыргызстана едут лечиться в такие страны, как Германия, Израиль, которые лидируют по развитию медицинского туризма. Клиентами сферы медицинского туризма, как правило, являются люди состоятельные, которые могут заплатить за лучшее из возможного. Кыргызстанцы тоже все чаще отправляются на лечение за границу. Однако для них поездка на лечение в страны с традиционно высокоразвитой и продвинутой медициной – не показатель благосостояния, а единственная надежда на постановку объективного диагноза и шанс на выздоровление.

Среди азиатских стран, куда кыргызстанцы едут с целью пересадки органов по медицинским показаниям, лидируют Индия, Турция, Китай и Пакистан. В Индии качественно и относительно недорого делают, например, пересадку печени. Если в Турции такая операция стоит от 85 тыс. долларов, то в Индии – от 50 тыс. долларов. Дешевле обходится и пересадка почки – от 18 тыс. долларов. В Турции на аналогичную операцию вместе с реабилитацией пациент затрачивает 35 тыс. долларов. То есть те, у кого нет родственного донора, едут на пересадку в Пакистан или Китай. Пациенты с пороками

сердца, которых не смогли прооперировать врачи Кыргызстана, попадают в Россию. На процедуру ЭКО кыргызстанки предпочитают выезжать в Казахстан.

Наличие естественных природных объектов Кыргызстана (горы, ущелья, озера, минеральные источники, пещеры и др.) дают реальную возможность развивать медицинский оздоровительный туризм. Кыргызстан славится как край курортных и туристических достопримечательностей, включая самый широкий спектр предлагаемых услуг: такие как отдых в спортивно-оздоровительных лагерях, санаториях, пансионатах, горнолыжных курортах, походы по горно-туристическим маршрутам, охота и т.д. Основной туристический поток приходится на озеро Иссык-Куль, которое имеет богатые минеральные источники и природные богатства для развития медицинского туризма.

Численность иностранных граждан, пересекших границу Кыргызской Республики, с каждым годом растет. Согласно статистическим данным Кыргызской Республики, в 2019 г. основной поток иностранных туристов прибыл из соседнего Казахстана (52%), России (14%) и с самым низким показателем из Индии (0,6%), из них 1,4 млн. составили отдыхающие. Если анализировать число туристов, приехавших в Кыргызскую Республику из стран дальнего зарубежья, то они занимают небольшую долю: туристы из Турции - 1,2%, Германии и США - 1%. К сожалению, пока нет точных данных относительно их приезда с целью оздоровления.

В настоящее время Кыргызстан располагает уникальными природными ресурсами, санаториями, курортами представляющими интерес для развития медицинского туризма как перспективной отрасли экономики, где можно предоставлять услуги по лечению болезней сердечно-сосудистой и опорно-двигательной системы, органов дыхания, костно-мышечной системы, мочевыводящей системы, гинекологических заболеваний, желудочно-кишечного тракта, печени и желчевыводящих путей и многих других заболеваний. В Кыргызстане имеется крупные лечебно-оздоровительные курорты и санатории, где каждый год приезжают туристы с целью оздоровления. Такие как курорты и санатории «Ысык-Ата», «Джалал-Абад», «Голубой Иссык-Куль», «Санаторий Иссык-Куль Аврора», бальнеоклиматический курорт «Жети-Огюз», бальнеоклиматический курорт «Ак - Суу», климатический и грязевой курорт «Тамга», бальнеологический курорт «Джергалан» и другие.

Санатории и курорты работают круглогодично. По таким показаниям как заболевания органов пищеварения; гинекологических, мочеполовых заболеваний; и заболеваний нервной и костно-мышечной систем, опорно-двигательного аппарата, нервной системы и органов пищеварения, климатотерапию – главным образом при заболеваниях почек. Имеются лечебно-диагностические кабинеты и лаборатории. Лечение: водолечение (используются термальные (до 44° С) азотные хлоридно-гидрокарбонатно-сульфатные натриево-кальциевые воды с минерализацией от 1,2 до 7,4 г/л для ванн, душей, орошений и питьевого лечения, из местных буровых скважин. Также используются искусственные радоновые ванны), грязелечение (используются местные торфяные иловые грязи), физиотерапия, климатотерапия, массаж, лечебная физкультура, лечебный бассейн.

Например, бальнеоклиматический курорт «Ак - Суу» принимает больных детей с детским церебральным параличом, последствиями менингита, полиомиелита, остеомиелита, неврита, черепно-мозговыми травмами, кожными заболеваниями, с заболеваниями опорно-двигательного аппарата и др. Основной лечебный фактор — минеральные воды: азотные термальные воды (до 60°С), сульфатно-хлоридно-натриевые со слабой минерализацией (0,3-0,4 г/л), содержащие кремниевую кислоту, фтор, свободный сероводород и небольшое кол-во радона (6-7 нКи/л)

Наиболее важными показателями являются результаты маркетингового исследования мнений иностранных туристов по поводу цели приезда в Кыргызстан. 34% туристов приезжают с целью встречи с друзьями и родственниками, которые в основном тоже являются потенциальными клиентами оздоровительных учреждений, а 29% этих туристов являются уже реальными клиентами, так как они прямо указывают цель приезда «курортно-оздоровительная».

Для успешного развития медицинского туризма в Кыргызстане необходимо, развивать медицинскую отрасль республики в целом. По всем показателям кыргызская медицина отстает от зарубежного по многим параметрам. Сюда можно отнести состояние технической оснащенности клиник, малочисленный состав высококвалифицированных кадров, устаревшее состояние объектов медицины, курортно-оздоровительных учреждений, недоразвитость логистики медицинского туризма, плохое состояние автомобильных дорог, авиаперевозок и т.д.

В Кыргызстане с созданием современных медицинских клиник и развитием в стране кардиохирургической и нейрохирургической помощи потребность в зарубежном лечении значительно уменьшилась, а для иностранцев появилась возможность получать медицинские услуги в Кыргызстане по международным стандартам.

Безусловно радует то, что создаются медицинские центры совместно с турецкими, китайскими, корейскими бизнесменами в области медицины. Создание ассоциации медицинского туризма, которая открылась в 2018 году, будет способствовать дальнейшему развитию этой отрасли.

Для дальнейшего и устойчивого развития медицинского туризма в Кыргызской Республике, необходимо:

- разработать концепцию развития медицинского туризма в Кыргызской Республике;
- привлекать инвестиции для рынка медицинского туризма;
- создать маркетинговые лаборатории по привлечению клиентов, грамотного продвижения медицинских услуг;
- внедрять на международный рынок узнаваемый отечественный бренд медицинских услуг, ориентированный на медицинский туризм;
- улучшить инфраструктуру и разработку продуктов медицинского туризма;
- улучшить качество оказываемых услуг и гостеприимства в медицинских учреждениях;
- предоставлять персоналу возможность изучения иностранных языков;
- ввести учебные планы по направлению «Устойчивое развитие туризма», «Менеджмент», «Маркетинг», «Управление бизнесом» дисциплины «Медицинский туризм».

В заключении хотелось бы отметить, что перспективы развития медицинского туризма в Кыргызстане огромная, необходимо только создать условия для его развития.

Библиографический список

1. Камалова, А. Маркетинг услуг / А. Камалова, А. Максудинов. – Бишкек, 2016.
2. Соколов, А. С. Теоретико-методологические аспекты медицинского туризма / А. С. Соколов, Н. П. Манько, В. Г. Гуляев // Вестник РМАТ. – 2017. – № 3.
3. Марченко, О. Г. Мировой медицинский туризм смещается в страны АТР: Аналитический обзор / О. Г. Марченко // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6.
4. Туризм Кыргызстана // Национальный статистический сборник. – Бишкек, 2016.
5. Национальная стратегия развития Кыргызской Республики на 2018 – 2040 годы. – Бишкек, 2018. – URL: <https://mineconom.gov.kg/storage/directs/documents/209/15421950795bec078718fff.pdf> (дата обращения: 03.04.2023).
6. Об утверждении Программы Правительства Кыргызской Республики развития сферы туризма на 2019-2023 годы : постановление Правительства Кыргызской Республики от 31.01.2019 № 36. – URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=113524#B5G10MYEJO (дата обращения: 03.04.2023).
7. Развитие медицинского туризма: программа 1.0 // Деловой медицинский журнал «Улагатты медицина» : [сайт]. – URL: <http://ulagat-m.kz/analyst/hr-v-medetsine/razvitie-meditsmskogo-turizma-programma-1-0.html> (дата обращения: 03.04.2023).

8. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition // UNWTO : [сайт]. – <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата обращения: 03.04.2023).

9. Медицинский туризм: куда и зачем кыргызстанцы едут лечиться // Вечерний Бишкек : [сайт]. – URL: https://www.vb.kg/doc/304490_medicinskiy_tyrizm:_kyda_i_zachem_kyrgyzstancy_edyt_lechitsia.html (дата обращения: 03.04.2023).

10. Позитронно-эмиссионная томография (ПЭТ) // ГУ «РНПЦ онкологии и медицинской радиологии им. Н. Н. Александрова» : [сайт]. – URL: <https://omr.by/diagnostika-raka/vse-vidy-rentgenologicheskoy-diagnostiki/pozitronno-emissionnaya-tomografiya> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 338.48

**Современный лечебно-оздоровительный туризм:
зарубежный опыт и отечественная практика**

Леушина Ольга Владимировна

*доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент,
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
o.v.leushina@edu.nsuem.ru*

Щетинина Наталья Анатольевна

*доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент,
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
n.a.shchetinina@edu.nsuem.ru*

Зотова Елена Геннадьевна

*старший преподаватель кафедры Бизнеса в сфере услуг,
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
e.g.zotova@edu.nsuem.ru*

Аннотация. В статье обобщён современный зарубежный и отечественный опыт функционирования рынков лечебно-оздоровительного туризма, как вида туристской деятельности, главной целью которой является приобретение конкретных медицинских и восстановительных услуг, направленных на возобновление человеческого потенциала.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, индекс медицинского туризма, Сингапур, Япония, Южная Корея, курорты, природные ресурсы.

Modern medical and health tourism: foreign experience domestic practice

Leushina Olga

Associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk

o.v.leushina@edu.nsuem.ru

Shchetinina Natalia

Associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk

n.a.shchetinina@edu.nsuem.ru

Zotova Elena

*Senior lecturer of the Department of Business in the Service Sector,
Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk*

e.g.zotova@edu.nsuem.ru

Annotation. The article summarizes the modern foreign and domestic experience of the functioning of the markets of medical and health tourism as a type of tourist activity, the main purpose of which is the acquisition of specific medical and rehabilitation services aimed at the renewal of human potential.

Keywords: health tourism, medical tourism index, Singapore, Japan, South Korea, resorts, natural resources.

В настоящее время виден растущий интерес к сфере лечебно-оздоровительного туризма в России и во всём мире, что сопровождается созданием и финансированием различных проектов, ориентированных на развитие этого направления. Такое внимание к данной сфере обусловлено её возрастающим влиянием на региональный и национальный бюджеты.

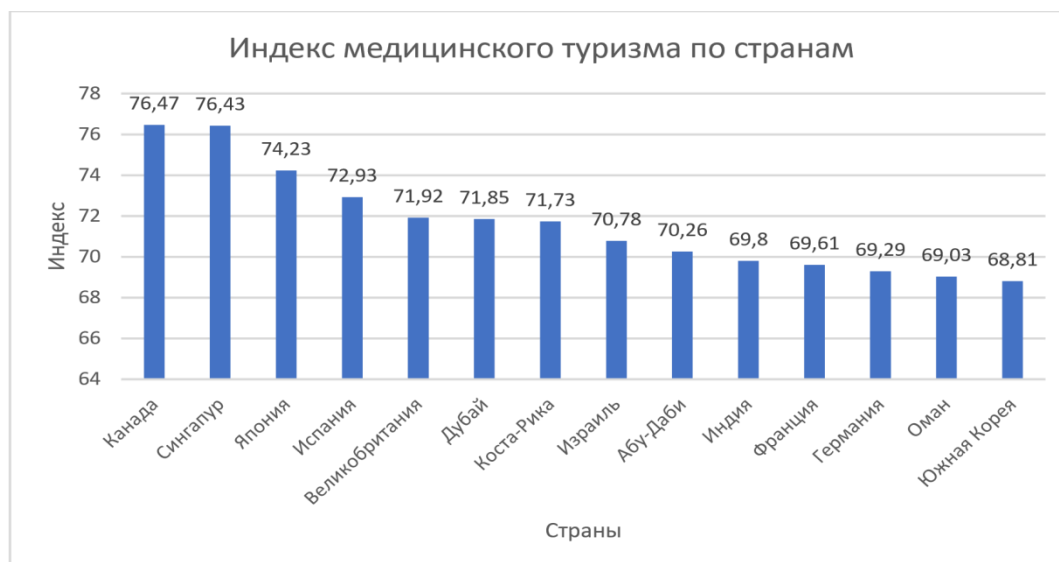


Рисунок 1 – Страны лидеры в сфере медицинского туризма по результатам 2020-2021 года

Согласно приведённым на рисунке 1 данным, рейтинг возглавляет Канада. Однако, помимо этого, можно обратить внимание что среди стран-лидеров большое количество азиатских стран, в частности, Сингапур и Япония, что неудивительно, так как здесь происходят активные действия, направленные на развитие данного вида туризма, а именно: упрощение процесса получения медицинской визы, и создание под руководством Министерства экономики, торговли и промышленности объединения «MedicalExcellenceJAPAN» в целях облегчения периода нахождения туристов в стране. Индия, в свою очередь, пользуется популярностью за счёт относительно низкой стоимости услуг при достаточно высоком качестве их оказания.

Также можно выделить Южную Корею, которая привлекательна невысокими, в сравнении с такими странами, как Канада, США, ценами, а также высокотехнологичным оснащением.

Россия в данном рейтинге занимает 41 место из 46, что на 7 позиций ниже результатов предыдущего. Это свидетельствует о том, что развитие данной отрасли в нашей стране не достаточно активно относительно других стран, предоставляющих медицинские услуги на международном рынке.

Однако, по мнению Джерри Байерса, основной причиной такого положения является сервис. Под сервисом он подразумевает стандарты, позволяющие пациенту получать положительные впечатления о пребывании в медицинских центрах и санаториях.

Тем не менее, Россия, обладая высокотехнологичными медицинскими центрами, значительным количеством квалифицированных специалистов, и, что немаловажно, относительно низкой стоимостью услуг при качестве, соответствующем уровню других стран, имеет большие перспективы в данной сфере.

Также на территории России существует ряд курортов со своими уникальными ресурсами. Наиболее востребованные из них – курорты Краснодарского Края, Кавказских Минеральных Вод, Нальчик, Белокуриха, а также менее популярные – Аршан, Курортный район Санкт-Петербурга, Кульдур, Паратунка и множество других.

Несмотря на изобилие природных ресурсов, наличие множества курортов по всей России и достаточно высокий уровень развития медицины, на сегодняшний день существует ряд проблем, без решения которых лечебно-оздоровительный туризм не сможет активно развиваться.

Стоит обратить внимание на международный опыт, например, введение медицинских виз и создание программ лояльности. Важно не забывать про повышения квалификации медицинского персонала. К тому же, всё ещё существует нехватка необходимой информации на иностранных языках, для самостоятельного путешествия, а также отсутствие посредников между иностранными пациентами и клиниками, с помощью которых туристу предоставлялись бы все необходимые услуги начиная с оформления документов и заканчивая организацией самого путешествия. Такими посредниками должны стать туроператоры.

Важную роль в современном мире играют СМИ, поэтому, для продвижения лечебно-оздоровительного туризма необходимо и их привлечение. Осуществление вышеперечисленных мер позволит привлечь интерес граждан России и зарубежных стран к услугам лечебно-оздоровительного туризма.

Библиографический список

1. Организация туристской деятельности на региональном рынке : учебное пособие / А. В. Курнявкин, О. В. Леушина, Н. А. Лучина [и др.]. – Москва : Издательство «КноРус», 2020. – 146 с.
2. Нюренбергер, Л. Б. Управление бизнес-процессами в сфере туристских услуг: предпосылки, принципы, особенности / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, Н. А. Щетинина [и др.] // Инновации и инвестиции. – Москва, 2020. – № 4. – С. 294–298.
3. Петренко, Н. Е. Проблемы и перспективы развития отечественного лечебного туризма в современных условиях / Петренко Н. Е. // Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов : сборник материалов IX международной научно-практической конференции / Ответственный редактор А. В. Олифинов. – Симферополь, 2022. – С. 136–139.
4. Петренко, Н. Е. Инновационные факторы развития городского туризма в регионе / Н. Е. Петренко // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации : сборник научных трудов / Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал), ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», Симферополь, 2020. – Симферополь : Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2020. – С. 344–348.
5. Влияние современных трансформационно-интеграционных процессов на развитие отраслевых региональных рынков услуг : монография / А. Н. Аршинова, А. В. Глотко, Е. Г. Зотова [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2022. – 228 с.

УДК:338.48

Обзор рынка услуг лечебно-оздоровительного туризма Новосибирской области

Нюренбергер Лариса Борисовна

заведующий кафедрой Бизнеса в сфере услуг, доктор экономических наук, профессор.

Новосибирский государственный университет экономики и управления,

г. Новосибирск

l.b.nyurenberger@nsuet.ru

Петренко Никита Евгеньевич

доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент.

Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск

n.e.petrenko@edu.nsuem.ru

Аннотация. В современной ситуации, когда особое внимание уделяется развитию внутреннего и въездного туризма, исследовательский интерес вызывают санаторно-

курортные и медицинские организации, оказывающие услуги по лечению и оздоровлению потребителей туристских услуг. В статье представлены результаты мониторинга рынка услуг лечебно-оздоровительного туризма одного из крупнейших регионов Сибирского Федерального округа – Новосибирской области.

Ключевые слова: туристские услуги, лечебно-оздоровительный туризм, санатории, туристские компании, туристы.

Overview of the market of medical and health tourism services Novosibirsk region

Nyurenberger Larisa

*Head of the Department of Business in the Service Sector, Doctor of Economics, Professor.
Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk*

l.b.nyurenberger@nsuem.ru

Petrenko Nikita

*Associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor. Novosibirsk State University of Economics and Management,
Novosibirsk*

n.e.petrenko@edu.nsuem.ru

Annotation. In the modern situation, when special attention is paid to the development of domestic and inbound tourism, sanatorium and medical organizations providing treatment and wellness services to consumers of tourist services are of great interest. The article presents the results of monitoring the market of health tourism services in one of the largest regions of the Siberian Federal District - the Novosibirsk Region.

Keywords: tourist services, health and wellness tourism, sanatoriums, tourist companies, tourists.

Новосибирская область активно проявляет инициативу в формировании интереса и увеличении потока туристов в сфере лечебно-оздоровительного туризма. Осуществление данной цели происходит в рамках Федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» национального проекта «Здравоохранение».

Характеризуя рынок лечебно-оздоровительного туризма Новосибирской области, стоит отдельно рассмотреть предприятия, оказывающие услуги, в первую очередь, по лечению и отдельно на те, что направлены на оздоровление потребителей.

Итак, лечение – представляет собой как медицинское обслуживание, так и возможность дальнейшего восстановления и реабилитации.

Ведущими сферами медицины в Новосибирске являются: кардиохирургия, травматология, общая хирургия, урология, ЭКО и онкология. В городе возможно получить высококвалифицированную медицинскую помощь с последующей реабилитацией, что, безусловно, имеет большое значение для пациентов, перенёсших тяжелые операции, и служит существенным аргументом при принятии решения о поездке в ту или иную destination. Среди федеральных клиник, оказывающих медицинскую помощь можно назвать такие как: Национальный медицинский исследовательский центр имени академика Е.Н. Мешалкина, Новосибирский научно-исследовательский институт травматологии и ортопедии имени Я.Л. Цивьяна, Новосибирский научно-исследовательский институт туберкулеза, Федеральный центр нейрохирургии, «Научно-исследовательский институт клинической иммунологии, Научно-исследовательский институт клинической и экспериментальной лимфологии, «Сибирский окружной медицинский центр Федерального медико-биологического агентства.

За счёт относительно невысокой стоимости медицинских услуг на рынке Новосибирской области, клиники региона привлекают не только медицинских туристов из центральных регионов России, но и иностранных потребителей.

Так, например клиника «1+1» принимает жителей иностранных государств, среди которых основную часть составляют россияне, проживающие в Канаде, Германии, Италии, США, Израиле, а также иностранные граждане из Казахстана, Киргизии, Узбекистана.

Помимо этого, по данным Российского Союза Туриндустрии, за 2021 года в регионе была оказана медицинская помощь 25 тыс. иностранных граждан. Основные туристы прибывали из: Казахстана, Таджикистана, Армении, Азербайджана и КНР.

Также стоит отметить наличие ряда исследовательских центров и университетов, рассматривающих различные медицинские технологии, а также учреждений, способных привлечь не только местное население, но и жителей соседних регионов и даже стран. Так, например: Национальный медицинский исследовательский центр имени академика Е.Н. Мешалкина и Новосибирский научно-исследовательский институт травматологии и ортопедии им. Я.Л. Цивьяна, Новосибирский филиал ФГАУ НМИЦ «МНТК «Микрохирургия глаза» имени академика С.Н. Федорова.

Оздоровительные услуги в Новосибирской области представлены широким рядом санаториев, программы которых направлены на терапию и профилактику различных заболеваний, среди которых:

- Заболевания опорно-двигательного аппарата.
- Заболевания нервной и сердечно-сосудистой систем.
- Заболевания желудочно-кишечного тракта.
- Заболевания мочеполовой системы.
- Заболевания дыхательной системы.
- Кожные заболевания.

Среди санаториев, действующих на территории Новосибирской области, можно выделить несколько наиболее популярных и дать краткую характеристику, обозначив минимальную стоимость услуг и профиль, на котором они специализируются. Все данные приведены в таблице 1.

Анализ интернет-источников, позволил сделать выводы о том, что среди туристских компаний, офисы которых находятся как на территории Новосибирска, так и в иных городах России, предоставляющих туры в Новосибирскую область с целью лечения и оздоровления можно выделить наиболее крупные:

–туристическая компания «Олимпия Райзен» предлагает как оздоровительные, так и лечебные туры в санатории Новосибирской области, а также медицинские учреждения по различным направлениям, в зависимости от потребности туриста;

–туроператор (международный центр) «Сибирь» предлагает лечебнооздоровительные туры в наиболее популярные санатории Новосибирской области;

–турагентство «Краски Мира» - специализируется на турах по России; –туроператор «Охота» - туры в санатории Новосибирской области.

Таблица 1 – Сравнительные характеристики санаториев Новосибирской области

Санаторий	Стоимость (от)	Профиль
1	2	3
CRONA MEDICAL& SPA HOTEL	4 650 руб.	Заболевая опорно-двигательного аппарата, сердечнососудистые заболевания, лечение профзаболеваний, заболевания нервной системы, заболевания эндокринной системы, нарушения обмена веществ, заболевания желудочно-кишечного тракта, заболевания органов дыхания и ЛОР-органов, аллергические и хронические кожные заболевания, бесплодие.
Доволенский	2 750 руб.	Проблемы в области органов пищеварения, костно-мышечной системы, заболеваний кожи и гинекологических заболеваний, нервной системы и ряда сопутствующих заболеваний.
Краснозерский	2 760 руб.	Лечения заболеваний опорно-двигательного аппарата, нервных, кожных заболеваний, мужских и женских половых органов, лор органов, органов дыхания и пищеварения;
Лазурный	1900 руб.	Заболевания сердечно-сосудистой системы; заболевания ЛОР-органов; болезни органов дыхания; болезни нервной системы; заболевания опорно-двигательного аппарата; профпатология; восстановительная медицина; реабилитация после онкологических заболеваний
Озеро Карачи	4 000 руб.	Заболевания опорно-двигательного аппарата, сердечнососудистой системы, желудочно-кишечного тракта, нервной системы, эндокринной системы, гинекологические заболевания и бесплодие, урологические заболевания и бесплодие, заболевания кожи и ЛОР-органов.
Парус medical resort&spa, санаторий	6 150 руб.	Аллергические заболевания, андрологические заболевания, гинекологические заболевания, заболевания желудочнокишечного тракта, заболевания кожи, заболевания мочеполовой системы, заболевания нервной системы, заболевания опорно-двигательного аппарата, болезни костномышечной системы, заболевания органов дыхания и ЛОРорганов, заболевания органов зрения, заболевания сердечнососудистой системы и системы кровообращения, заболевания эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ
Парус	3 680 руб.	Болезни костно-мышечной системы (опорно-двигательного аппарата), нервной системы, органов дыхания, органов пищеварения, системы кровообращения (сердечнососудистой системы), эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ (сахарный диабет, ожирение). Общетерапевтическое лечение, педиатрия, профессиональные болезни.

Таким образом, рынок лечебно-оздоровительных услуг Новосибирской области представлен широким спектром медицинских и оздоровительных учреждений, предоставляющих свои услуги по различным профилям лечения, а также туристских компаний, которые, в свою очередь, включают эти услуги в турпакет и продвигают их на рынке.

Библиографический список

1. Региональные туристские дестинации : учебное пособие / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, И. М. Карицкая [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2020. – 306 с.
2. Влияние современных трансформационно-интеграционных процессов на развитие отраслевых региональных рынков услуг : монография / А. Н. Аршинова, А. В. Глотко, Е. Г. Зотова [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2022. – 228 с.
3. Шнорр, Ж. П. Развитие премиального сегмента туров на внутреннем туристском рынке России: проблемы и перспективы в условиях новых вызовов / Ж. П. Шнорр, Я. В. Маневич // В сборнике: Интеграция науки, образования, бизнеса и органов государственной власти как фактор успешного развития регионов : материалы II всероссийской национальной научно-практической конференции, посвященной Дню Российской Науки / Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центросоюза Российской Федерации Сибирский университет потребительской кооперации Забайкальский институт предпринимательства. – Чита : ЗИП СибУПК, 2022. – С. 211–215.

УДК: 338.48

Содержание и особенности лечебно-оздоровительного туризма

Севрюков Иван Юрьевич

*доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент.
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
i.y.sevryukov@edu.nsuem.ru*

Лучина Наталья Александровна

*доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат технических наук, доцент.
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
n.a.luchina@nsuem.ru*

Аршинова Анна Николаевна

*старший преподаватель кафедры Бизнеса в сфере услуг.
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
a.n.arshinova@edu.nsuem.ru*

Аннотация. Современный лечебно-оздоровительный туризм – это разновидность путешествий, целью которых является получения комплекса оздоровительных услуги и медицинской помощи. В статье определены особенности данного вида туризма, его виды; обоснована структура лечебно-оздоровительных туров.

Ключевые слова: туризм, медицинские услуги, лечебно-оздоровительные услуги, туристы, туры, проектирование, целевая аудитория.

The content and features of health tourism

Sevryukov Ivan

*Associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor. Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk
i.y.sevryukov@edu.nsuem.ru*

Luchina Natalia

Associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor.

*Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk
n.a.luchina@nsuem.ru*

Arshinova Anna

*Senior lecturer of the Department of Business in the Service Sector,
Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk
a.n.arshinova@edu.nsuem.ru*

Annotation. Modern medical and wellness tourism is a kind of travel, the purpose of which is to obtain a complex of wellness services and medical care. The article defines the features of this type of tourism, its types; the structure of medical and wellness tours is substantiated.

Keywords: tourism, medical services, health and wellness services, tourists, tours, design, target audience.

Основным отличительным признаком, раскрывающим сущность лечебно-оздоровительного туризма, является его цель – получение, помимо основных услуг, таких как проживание, перевозка и питание – лечебно-оздоровительных, сочетание лечения и отдыха, восстановление сил и предотвращение болезней.

Лечебно-оздоровительный туризм возник благодаря курортологии, которая, в свою очередь, представляет собой раздел медицины, рассматривающий природные лечебные свойства и их влияние на организм человека с целью оздоровления. В неё входят такие разделы как:

1. Бальнеотерапия – изучение минеральных вод в качестве лечения.
2. Талассотерапия – изучение целебного воздействия морского климата.
3. Грязелечение.
4. Гелиотерапия – изучение лечебных свойств солнечных лучей.
5. Аэротерапия – изучение целебного воздействия свежего воздуха.
6. Гидротерапия – изучение лечебных свойств воды.

Стоит отметить, что сфера лечебно-оздоровительного туризма обладает рядом особенностей, которые необходимо учитывать при разработке туров, а именно [11]:

- Высокий уровень цен (часто выше стандартных туров).
- Большая длительность, относительно стандартных туров (обычно около 21 дня).
- Индивидуальный подход к питанию (диета подбирается в зависимости от диагноза).
- Зачастую, основная аудитория – туристы старшего возраста.
- Досуг, не предполагающий больших затруднений (например, для возрастных туристов и тех, кто находится на лечении и восстановлении после перенесенных болезней и иных проблем со здоровьем).

Лечебно-оздоровительные туры имеют свою специфику в виду особенности потребителей данных туров, а также основной цели этого вида туризма. В первую очередь стоит заметить, что главная и основная часть тура должна быть посвящена процессу лечения и оздоровления туристов. Развлекательные мероприятия занимают меньшее время и зависят от особенностей потребителя, например, таких как: возраст и состояние здоровья. Это важно в силу того, что обычные мероприятия, как, например, пешие экскурсии, могут быть затруднительны для людей, у которых присутствуют проблемы со здоровьем. По возможности, они также должны быть направлены на оздоровление. В качестве примера можно привести легкие маршруты для прогулки на свежем воздухе, плавание, аэробика. Прежде всего, необходимо согласовать данные мероприятия с врачом.

Помимо этого, питание, как основная часть любого тура тут также имеет некоторые особенности – оно должно быть согласовано с врачом, в случае если это предполагает

диагноз отдыхающего. Из вышесказанного вытекает и тенденция к индивидуализации лечебно-оздоровительных туров.

Местом размещения туристов в данном случае, помимо привычных отелей, хостелов и апартаментов, зачастую служат санатории, пансионаты, лечебницы, обладающие наиболее комфортными условиями для отдыха и оздоровления.

Лечебно-оздоровительный туризм можно разделить на три вида, на рисунке 1 они представлены в виде схемы (рисунок 1).



Рисунок 1 – Виды лечебно-оздоровительного туризма

Медицинский туризм – вид туризма, связанный с временными выездами граждан РФ, иностранных граждан, лиц без гражданства за пределы постоянного места жительства с целью получения медицинских услуг. В настоящий момент интерес к данному виду лечебно-оздоровительного туризма растёт, а сам он получает интенсивное развитие как на мировом уровне, так и в России. Его актуальность обуславливается значительным вкладом в экономику стран, а также тем, что на повестке дня всё ещё стоит вопрос о лечении и восстановлении после Covid-19, оказавшем негативное воздействие на здоровье многих людей.

Сегодня он также является одним из способов гуманитарной дипломатии, ввиду последних событий в мире.

Велнес туризм, в свою очередь, является скорее определённым образом жизни, само слово «wellness» переводится с английского как «благополучие». Он включает ряд мероприятий, которые направлены на оздоровление. Его целевой аудиторией можно считать поклонников здорового образа жизни, так как он объединяет под собой такие индустрии как, например, бьюти и фитнес.

На территории Российской Федерации организация лечебно-оздоровительного туризма регламентируется рядом документов, например, таким как: Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» от 23.02.1995 № 26-ФЗ, регулирующий вопросы использования курортных ресурсов. В соответствии с этим законом природные лечебные ресурсы, лечебно-оздоровительные местности и курорты являются национальным достоянием народов Российской Федерации, предназначены для лечения и отдыха населения и относятся соответственно к особо охраняемым объектам и территориям, имеющим свои особенности в использовании и защите.

Природные лечебные ресурсы предоставляются юридическим и физическим лицам для лечения и профилактики заболеваний, а также в целях отдыха. Минеральные воды могут использоваться также для промышленного розлива. Природные лечебные ресурсы предоставляются на основании лицензий в порядке, определенном Правительством Российской Федерации.

Итак, само по себе проектирование лечебно-оздоровительных туров предполагает деятельность туроператоров и рынка санаторно-курортных услуг по составлению плана,

созданию, развитию и исполнению турпродукта с коммерческими целями. Последовательность работ при этом может иметь следующие этапы:

–Проектирование тура, после предварительного маркетингового анализа потребностей рынка лечебно-оздоровительных услуг и оценки конкурентоспособности.

–Планирование тура с опорой на особенности взаимоотношений предприятия и поставщиков услуг.

–Продвижение, данный этап осуществляется благодаря рекламе, в частности, с использованием СМИ, как наиболее эффективный способ, а также стимулирование продаж, за счёт различных бонусных программ, с помощью связей с общественностью, и, наконец, участия в различных мероприятиях (ярмарки, выставки).

–Сбыт, как прямой, то есть непосредственно потребителю, так и через посредников – турагентства.

–Реализация турпродукта, предполагающая его непосредственную организацию и предоставление услуг.

Стоит учитывать, что проектирование лечебно-оздоровительных туров, обладая уникальными характеристиками, отличается от проектирования стандартных туров.

Во-первых, зачастую во всех вышеперечисленных этапах проектирования лечебно-оздоровительных туров могут быть задействованы исключительно предприятия, оказывающими санаторно-курортные услуги и обладающие лицензией на осуществление этой деятельности. Это вытекает и из того факта, что данный вид туризма не предполагает широкого многообразия поставщиков услуг. Они, в большей степени оказываются этими же предприятиями.

Следующая особенность лечебно-оздоровительных туров заключается в том, что они не имеют выраженной сезонности и могут пользоваться спросом круглый год, в отличие от стандартных туров, которые сильно зависят от этого фактора.

Библиографический список

1. Региональные туристские дестинации : учебное пособие / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, И. М. Карицкая [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2020. – 306 с.

2. Организация туристской деятельности на региональном рынке : учебное пособие / А. В. Курнявкин, О. В. Леушина, Н. А. Лучина [и др.]. – Москва : Издательство «КноРус», 2020. – 146 с.

3. Петренко, Н. Е. Проблемы и перспективы развития отечественного лечебного туризма в современных условиях / Н. Е. Петренко // Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов : сборник материалов IX международной научно-практической конференции / Ответственный редактор А. В. Олифиров. – Симферополь : Издательство Типография «Ариал», 2022. – С. 136–139.

3. Влияние современных трансформационно-интеграционных процессов на развитие отраслевых региональных рынков услуг : монография / А. Н. Аршинова, А. В. Глотко, Е. Г. Зотова [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2022. – 228 с.

4. Шнорр, Ж. П. Развитие премиального сегмента туров на внутреннем туристском рынке России: проблемы и перспективы в условиях новых вызовов / Ж. П. Шнорр, Я. В. Маневич // Интеграция науки, образования, бизнеса и органов государственной власти как фактор успешного развития регионов : материалы II всероссийской национальной научно-практической конференции, посвященной Дню Российской Науки / Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центросоюза Российской Федерации Сибирский университет потребительской кооперации Забайкальский институт предпринимательства. – Чита : ЗИП СибУПК, 2022. – С. 211–215.

Trends in the improvement of medical and health tourism in the territory of Kazakhstan*Syzdykova Dinara**master's degree teacher of the Department of Tourism and Restaurant Business, Karaganda**University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda, Kazakhstan**syzdykovad@list.ru*

Annotation. This article provides an analysis of the current state, problems and prospects for the development of health tourism in Kazakhstan.

Keywords: tourism, sanatorium-resort industry, recreation, resort.

Today, specialists and experts from many countries of the world are conducting more and more research on the problems of sustainable development of resort destinations and medical and health tourism, which are different opportunities arising from the current conditions for the development of the tourist market and the problems of modern management of resort cities. However, experts from all over the World note that the growth of medical and health tourism today is so rapid that the publications that have appeared on the topics of its development projects do not exceed its diverse growth rates.

UNWTO specialists identify three main types of health tourism:

1) treatment, or medical tourism (visits to specific clinics or specific specialists to obtain specialized treatment or quality of treatment that is not available in the territory of the tourist's residence);

2) wellness (visits to specialized facilities such as fitness & wellness or spa & wellness; groyze or water treatment place, weight loss clinic, Cosmetology Clinic, Wellness Center for physical education and beauty support);

3) Rehabilitation and rehabilitation (visits to destinations or facilities offering special care or those located in areas considered particularly suitable for health or recovery).

Medical tourism is diversifying, reflecting the niche segmentation of this type of travel.

In the last decade, medical tourism has become a new rapidly growing segment of this type of Tourism and has become a big business, covering millions of travelers every year. Once it was a tourism niche, now it is becoming more massive. For many countries, medical tourism is a rapidly growing global industry with large revenues and an increasing number of specialists of various medical profiles. All this indicates an increase in demand for medical services in a wide range.

The obvious trend of medical and health tourism is diversification, which reflects the diversification of the demand of travelers and the corresponding segmentation of the market for the provision of medical services. The segmented approach to this type of Tourism reflects the concentration and development of such segments as «therapeutic», «clinical», «medical», «wellness», «thermal», «spa-tourism», «wellness-tourism», etc.

Throughout the history of Tourism, people have traveled with recreational purposes. The exact time of the emergence of health tourism is unknown due to the lack of written evidence. However, researchers agree that «wellness tourism is as ancient as ancient history and as modern as the future». Medical and health tourism is both a traditional, historically established practice that determines the purpose of travel, and a modern industry on a global scale. It has a wide range of opportunities and services introduced by new technologies as a result of Medical Progress and the development of means of social communication.

Modern medical and health tourism has the goal of maintaining or improving the state of health and is focused on destinations and facilities specializing in the provision of medical and health services: marine climatic resorts, balneological or balneological and climatic resorts, thermal resorts in thermal water lakes, sanatoriums and hospitals in mineral waters and mud, thermal sources, mining climatic and ski resorts.

Today, the development of tourism, in particular medical and health tourism, is becoming a priority national task, primarily related to the maintenance of the life of citizens and aimed at restoring and developing their physical and spiritual strength and health. On the one hand, Medical and health tourism makes a significant contribution to the sustainable development of society, and on the other hand, it is one of the constantly growing sources of income for the country. Medical and health tourism in the world is one of the most actively developing types of Tourism. Thus, according to the forecast of the World Health Organization (WHO), by 2022, the improvement of tourism along with health care will be one of the most priority areas for the development of national economies.

In our country, the resorts are located far from each other and each forms a certain resort area, for example: Alma-Ata, Bayanaul, Sosnovy Bor, Kendirli, Saryagash, Tabagan, Chimbulak and others. Today, the sanatorium of Kazakhstan began its development and transformation from the sanatorium-resort system of the USSR, therefore, its current state is still formed by the approaches and methods that were formed in the pre-reform period. These approaches and methods contradict the principles of a market economy and are the source of many modern industry management problems.

Medical and health tourism is developing dynamically statistically in Israel, Hungary, Romania, Czech Republic, Bulgaria, Poland, Slovakia, Italy, Germany, Austria, Switzerland, India, Singapore, Tunisia, Thailand, Turkey, etc. There are about 3 thousand resorts in Europe. Thanks to favorable climatic resources, mainly Sea resorts are developing in the countries of Southern Europe (Greece, Montenegro, Italy, Spain, Portugal, Malta, Serbia, Albania, Croatia, etc.). These countries use the Western European model of organizing medical and health tourism, the main purpose of which is to make a profit.

Medical and health tourism as a segment of the tourism market occupies a relatively small share in the overall world tourist flow, however, it is impossible to give accurate statistical data. This is due to the large number of subspecies and objects of medical and health tourism in different countries and regions of the world, most of which are not kept statistics due to national-conditional features, as well as due to the lack of Special Studies on national-special types of medical and health services. So, statistics on the provision of Sanatorium-resort services in Kazakhstan are carried out only in Kazakhstan, even the concept of «resort» has different interpretations in different cultures and tourist Hindus, and «sanatorium» does not exist either as an object of infrastructure or as a concept. analogues in other cultures and Hindus. All this, on the one hand, complicates the study and solution of the problems of managing resort destinations, and on the other hand, indicates the relevance of research projects and work in the field of resort activities and medical tourism.

Directions of development of the sanatorium-resort industry in Kazakhstan. The purpose of the concept of protecting the health of every person in Kazakhstan is to create a system for the formation, preservation, restoration and implementation of Health potential for active industrial, social and personal life, reduce the level of pre – mortality and morbidity, and increase life expectancy. The implementation of these tasks is an integral function of the preventive direction of domestic health care – Restorative Medicine. Restorative Medicine studies the laws of the processes of preserving and restoring the body's functional reserves by assessing and correcting human health. The sanatorium-resort case is an important link in Restorative Medicine, which performs an important social function for the prevention, treatment and rehabilitation of the population. The most important goal of the state policy in the field of sanatoriums is the creation of a modern high-efficiency resort complex in Kazakhstan that can fully meet the needs of Citizens for sanatoriums. The internal state of the sanatorium-resort potential indicates a low level of development in terms of its qualitative and quantitative characteristics. There are factors that inhibit the mass flow of foreign guests to domestic sanatoriums. However, it should be noted that there are favorable conditions for investment in the development of the infrastructure of Sanatorium-resort institutions of the Republic of Kazakhstan.

First of all, recreational activities should be owned by the working population of the Republic. The demographic potential indicator can be important for two types of relations: they are necessary for the planning of recreational activities, the purpose of reviewing recreational activities to the demographic situation of Kazakhstan and making additions. The negative economic and environmental situation negatively affects the potential of Labor formation of our state and the growth of our population. The draft of the waters of the Aral Sea and the Amu Darya and Syrdarya Rivers also negatively affects the birth and life expectancy of children due to a very large amount of chemical impurities. The population of our state is its main wealth: Labor potential is part of the cultural and economic potential. First of all, it is necessary to restore the health of the population, first of all, contribute to the development of medical tourism and create conditions for the treatment and recovery of people.

If we pay attention to the obstacle facing the development of therapeutic tourism in the district, they are part of it: the stage of development of the resort sanatorium system in the district lags behind its own level of growth in order to show it from a high pedestal, it is necessary to exalt the conditions of our residents. The ukimet Uyi pays very little attention to sanatorium resorts. The lack of a program in the state creates obstacles for the development of medical tourism. The lack of a program for the introduction of information and advertising in the system of the state in a carefully designed form to contribute to the sphere of medical tourism in the domestic and foreign markets. Many sanatoriums and resorts must be renovated.

Despite the priority of the resort of residence, the results of treatment in addition to time savings can lead to excellent results, and it is a pity that the resort wealth in the Republic of Kazakhstan is not used. Some of the sanatoriums that are ready to be put into operation are full and are not covered to this day. The resort profile of many natural resources was abandoned after the completion of repairs.

In many regions of the Republic of Kazakhstan, deposits of abandoned mineral waters and medicinal swamps are still being discovered, which have not yet been used. The results of the study of the deposits were carried out very long ago, but the healing zone is not currently used or is mainly used by the population and is involved in use

The marshy rivers of the saryshiganak Bay, located near the Aral Sea, have not found a place in the population. Located 300 m from the sea. At an altitude of 60 m above sea level. The area of the river is 98 thousand M², the thickness of the swamp is 40 cm. For the first time, an analysis of the swamp in the Bay was carried out in 1933. It is a very weak swamp River, and on the banks of this river there is a resort of Zhanakorgan. This river is located at an altitude of 170 m on the railway bed of about 2 km from the Zhanakorgan station. The swamp of the teresken River smells dark with thick oil and sulfuric acid. The full remnant of the swamp is 15 thousand m³. equal. Mineral impurities of the river are exposed to sodium chloride sulfate and very rarely alternating conditions every season [1]. Since 1957, the flow of oiled waters from Wells has increased on the territory of the resort, and the full Reserve has been 15 liters.

In the modern global tourist space, the peoples of resort Desti are distinguished by the diversity and specificity of their historical development, specialization in types and forms of medical tourism, types and technologies of services, target markets, scale of coverage of the target audience, development trends.

Today, the development of tourism, in particular medical and health tourism, is becoming a priority national task, primarily related to the maintenance of the life of citizens and aimed at restoring and developing their physical and spiritual strength and health. On the one hand, Medical and health tourism makes a significant contribution to the sustainable development of society, and on the other hand, it is one of the constantly growing sources of income for the country [2]. Medical and health tourism in the world is one of the most actively developing types of Tourism.

In our country, the resorts are located far from each other and each forms a certain resort area, for example: Alma-Arasan, Bayanaul, Sosnovy Bor, Kendirli, Saryagash, Tabagan, Chimbulak and others. Today, the sanatorium of Kazakhstan began its development and transformation from the

sanatorium-resort system of the USSR, therefore, its current state is still formed by the approaches and methods that were formed in the pre-reform period. These approaches and methods contradict the principles of a market economy and are the source of many modern industry management problems.

We can conclude that for the development of the sanatorium market of Kazakhstan, enterprises of this industry are needed:

- participate in annual international exhibitions and fairs in Kazakhstan and abroad in order to attract consumers and create an international image of the country;

-development and establishment of a legislative framework governing the activities of Sanatorium-resort organizations, as well as support for this industry during the economic crisis (reduction of tax payments);

-correction of the reflection of statistical data on the sanatorium-resort industry in order to strengthen and improve the effectiveness of scientific research conducted in the sanatorium-resort industry.

By developing the spa business, we can make a huge contribution to the economic market of Kazakhstan.

References list

1. Information portal about tourism // Tourgenius : [website]. – URL: <http://tourgenius.ru/posts/1483/> (date of access: 17.11.2022).

2. Website about medicine in Kazakhstan // Probirka.kz : [website]. – URL: <http://www.probirka.kz/services/medtourism.html/> (date of access: 17.11.2022).

11 Современное состояние и перспективы развития детского и молодежного туризма в регионе

УДК 338.48

Современное состояние и перспективы развития молодежного туризма (на примере Байкальского региона)

Удалых Станислав Кузьмич

*кандидат экономических наук, доцент,
заместитель руководителя Иркутского регионального отделения,
Российская академия естественных наук, Россия, г.Иркутск
ysk2.irk@yandex.ru*

Аннотация. Рассматривается российская ситуация, при которой так называемый молодежный туризм трансформируется в самый массовый и комплексный вид туризма. Ускоренное развитие молодежного туризма поддерживается Президентом РФ, Правительством РФ, Министерством науки и образования РФ и деловым туристским сообществом. Предлагаются меры по активизации молодежного туризма путем развития круизного, яхтенного, научно-популярного, промышленного и спортивно-оздоровительного туризма.

Ключевые слова: молодежный туризм; государственная поддержка; проект «Больше, чем путешествие»; платформа «Россия – страна возможностей»; круизный, яхтенный, сельский, промышленный и научно-популярный туризм.

The current state and prospects of development of youth tourism (on the example of the Baikal region)

Udalykh Stanislav

*candidate of economic Sciences, associate Professor, Deputy Head of the Irkutsk Regional
Department, Russian Academy of Natural Sciences, Russia, Irkutsk
ysk2.irk@yandex.ru*

Annotation. The article considers the Russian situation in which the so-called youth tourism is transformed into the most massive and complex type of tourism. The accelerated development of youth tourism is supported by the President of the Russian Federation, the Government of the Russian Federation, the Ministry of Science and Education of the Russian Federation and the business tourism community. Measures are proposed to activate youth tourism through the development of cruise, yacht, popular science, industrial and sports tourism.

Keywords: youth tourism; state support; the project «More than a journey»; the platform «Russia is a country of opportunities»; cruise, yacht, rural, industrial and popular science tourism.

Введение. Российская туристская индустрия расширяет свой «продуктовый» ряд. Так, стали развиваться как забытые, так и новые виды и подвиды туризма, которые становятся привлекательными и желанными для всех слоев и возрастов населения. До недавнего времени как такового официального понятия «молодежный» туризм в России практически не было. В соответствии с Федеральным законом о молодежной политике молодежь, молодые граждане – это особая социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет [6]. Указанным законом определено 21 основное направление реализации молодежной политики, в которых нет прямого упоминания о туризме, но почти во всех двух десятках направлений прописываются широкие права и возможности молодежи, в т.ч. обозначаются необходимость активного участия молодых граждан в жизни страны, в организации досуга, отдыха, оздоровления, в формировании условий для занятий физической культурой,

спортом, содействию здоровому образу жизни молодежи. Объективная необходимость усиления внимания современного российского общества к проблемам молодежи привела к пониманию важности особого выделения этого контингента населения в разных сферах, в т.ч. в туризме.

Исходя из рассматриваемого Федерального закона, можно утверждать то, что само содержание молодежного туризма становится весьма широким. Как самая активная часть граждан государства молодые люди принимают участие в сохранении окружающей среды (т.е. склонны к экологическому туризму), интересуются научными открытиями и сами занимаются наукой (научно-популярного туризм), знакомятся изучением географии, культуры и истории (познавательный туризм), занимаются спортом (горнолыжный, водный, яхтенный, спортивно-оздоровительный туризм), стремятся открыть собственное дело и уже являются предпринимателями (деловой туризм); многочисленная молодежь также поддерживает и является участниками различных общественных мероприятий, относящихся к событийному, гастрономическому, оздоровительному, промышленному, сельскому и другим видам туризма. Можно считать, что молодежный туризм в изложенном выше понимании становится самым массовым и объединенным комплексным видом туризма.

Современные условия жизни молодых граждан страны (прошедшая пандемия, действующие и расширяющиеся антироссийские санкции, не высокие темпы улучшения благосостояния) внесли и продолжают вносить существенные коррективы в традиционные представления об отдыхе и местах туризма. Важнейшей особенностью является рост популярности различных видов внутреннего туризма и резкое снижение зарубежных туристских поездок. Внутренний туризм становится динамично развивающейся отраслью экономики России. Отмечается повышение привлекательности молодежи для отдыха и туризма в отдельных местах Байкальской природной территории (БПТ), включающей Иркутскую область, Республику Бурятия и Забайкальский край.

Результаты исследования.

1. Государство реализует системные меры по развитию молодежного туризма и повышению положительной активности молодых людей; так, в последнее время приняты следующие важнейшие стратегические и программные документы: Федеральный закон о молодежной политике, национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», Стратегия развития туризма в России до 2035 г. [11], концепции развития круизного, яхтенного и научно-популярного туризма [2, 3 и 4], Методические рекомендации по организации промышленного туризма [5], Президентская платформа «Россия – страна возможностей» и Программа поощрительных поездок «Больше, чем путешествие» [10 и 1]. Президент РФ В.В. Путин дал Правительству РФ несколько личных поручений по развитию туризма [9] и издал Указ об объявлении в стране Десятилетия науки и технологий [7]. Правительством РФ утвержден План проведения в России Десятилетия науки и технологий [8].

2. В каждом регионе страны создаются государственные координационные центры по вопросам формирования у молодежи активной гражданской позиции, предупреждения межнациональных и межконфессиональных конфликтов, противодействия идеологии терроризма и профилактики экстремизма.

3. Отмечается усиление влияния делового сообщества (Торгово-промышленной палаты РФ, Российского союза промышленников и предпринимателей, организации «Опора России», в которых действуют комитеты и комиссии по туристской деятельности) на ускоренное развитие туристской индустрии.

4. Совершенствуется организационная и финансовая структура поддержки и ускоренного развития туризма и индустрии гостеприимства (упразднен Ростуризм, функции которого переданы в Минэкономразвития РФ; в целом успешно функционируют госкорпорации «Туризм.РФ» и ВЭБ.РФ, на прямую влияющие на развитие туризма и его инфраструктуры; банковская система страны сориентирована на всемерную поддержку туризма).

5. Сформирована комплексная информационно-цифровая база (единые федеральные реестры туроператоров и турагентств, экскурсоводов-гидов и гидов-переводчиков, единая информационная система «Электронная путевка»).

6. Создана и реализуется система конкретных мер для стимулирования развития туризма и индустрии гостеприимства в регионах страны, в т.ч. на БПТ.

Авторские выводы и предложения. Для дальнейшего развития всех видов туризма, в т.ч. и молодежного туризма требуется реализация еще некоторых важных мер, которые в сжатом виде представлены ниже.

1.Необходимость постоянного мониторинга выполнения Стратегии развития туризма в России до 2035 год. Российская практика стратегического планирования показывает, что наблюдение за исполнением большинства стратегических документов является слабым местом менеджмента разных уровней. Предлагается ежегодное отслеживание условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, усиления социальной роли туризма и достижения установленных экономических показателей отрасли; рекомендуется проведение анализа выполнения отдельных мероприятий и внесение в Стратегию при необходимости изменений и дополнений. Так, например, по нашему мнению, в эту стратегию требуется включение дополнения о развитии выставочно-конгрессной деятельности как важной составляющей молодежного делового туризма; также необходимо регулярная корректировка сумм финансирования для развития туризма и дополнение Стратегии новыми мероприятиями и инициативами.

2.Рекомендуется развитие на водоемах БПТ круизного и яхтенного молодежного туризма в соответствии с утвержденными Правительством РФ двумя Концепциями [2 и 3]. Судостроение на озере Байкал и водоемах БПТ (Иркутское, Братское, Усть-Илимское водохранилища) в летние периоды последних лет крайне ограничено из-за отсутствия должной развитой инфраструктуры (кораблей, яхт, портов, пассажирских терминалов, ремонтной базы, судоверфей для строительства судов, очистных сооружений, объектов и техники для сбора бытовых отходов и загрязненных жидкостей от эксплуатации судов, возможность подключения судов к береговому электропитанию и пр.).В первую очередь необходимы современные круизные суда, которые могут собираться на месте (т.е. на одной из прибрежных территорий озера Байкал из готовых крупных элементов, изготовленных на верфях центральной части России и доставленных в Иркутскую область или Республику Бурятия) или же все операции по строительству судов (изготовление отдельных частей и элементов, их сборка и монтаж судов) на специально созданных байкальскихверфях. Для развития на БПТ круизного и яхтенного молодежного туризма требуется формирование государственной поддержки в сфере судостроения и смежных производств (двигателестроение, приборостроение, элементная база), предоставление государственных гарантий на привлечение кредитов на постройку судов и яхт.

3.Рекомендуется ускоренное развитие на БПТ молодежного научно-популярного туризма. В вузах страны существует в разных формах научное движение (студенческие научные общества – СНО, научные «круглые» столы и научные конференции, малые предприятия при кафедрах и др.). Мощный дальнейший толчок системному развитию студенческой науки и превращению ее в так называемый массовый научно-популярный туризм придадут Указ Президента РФ об объявлении в стране Десятилетия науки и технологий и Концепция развития научно-популярного туризма до 2035 года. Для прорывного развития на байкальских территориях научно-популярного туризма имеются все условия; особенно важно, что на БПТ действуют группы современных вузов и научно-исследовательских организаций и предприятия разных отраслей реальной экономики, объединенных в уникальный Межрегиональный научно-образовательный центр - МНОЦ «Байкал». Развитие научно-популярного туризма рекомендуется путем участия молодежи и студентов в реализации трех приоритетных стратегических направлений МНОЦ «Байкал»: «Комплексная переработка древесины», «Переработка промышленных отходов» и

«Биофарма и медтехнологии». Предлагается ускоренная реализация специальной модели МНОЦ «Байкал» по массовому привлечению студентов и молодежи, включающей следующие мероприятия: создание Совета молодых ученых при губернаторе; проведение конкурсов Российского научного фонда, конкурсов на получение именных стипендий и областных конкурсов в сфере науки и техники; организация студенческих строительных отрядов; привлечение молодежи к выполнению технологических проектов; прохождение практики у партнеров проектов.

4.Рекомендуется максимальное использование созданных российским государством новейших платформ для повышения активности молодежи в разных областях научных и практических знаний, что позволяет отдельным личностям и группам молодых людей найти свои «ниши» развития и уверенно достичь определенных успехов в жизни. Речь идет об объединяющей программе «Больше, чем путешествие», созданной для поощрения участников и победителей почти 30 олимпиад, конкурсов и проектов, размещенных на президентской платформе «Россия – страна возможностей». В виде подарков участники получают бесплатные сертификаты на туристические поездки по всей стране. Программа действует с 2021 г. по поручению Президента РФ В. В. Путина и продлится до конца 2024 г. «География» проекта охватывает почти все регионы страны; для выбора путешествий доступно 370 интереснейших маршрутов, которые реализуются более чем 55 туристическими компаниями - партнерами проекта. Для организации путешествий государством на 4 года выделено 8 млрд. рублей. Основные участники программы – студенты и школьники; всего к окончанию 2024 г. в путешествия планируется отправить 200 тыс. человек. Организатор программы: АНО «Россия – страна возможностей» [10].

5. Предлагается ускоренное развитие молодежного промышленного туризма. Это специальное направление в турбизнесе, приобретающее все большую популярность. Основная цель промышленного туризма заключается в посещении различных производственных объектов разных отраслей экономики. БПТ является и далее будет мощным индустриальным регионом; на ее территории созданы и далее будут создаваться современные предприятия и компании самых различных отраслей экономики, использующих отечественное высокопроизводительное оборудование, новейшую технологию, эффективные средства охраны труда и окружающей среды, передовые методы менеджмента. Многие предприятия и компании БПТ при правильной подготовительной работе смогут стать успешными объектами для развития регионального промышленного туризма. Предстоит разработка Концепции и Стратегии развития промышленного туризма в стране, в т.ч. на БПТ. Необходимо «встроение» этих документов в долгосрочные программы социально-экономического развития территории России и отдельных регионов. Рекомендовать предприятиям, которые на своей территории будут развивать промышленный туризм, внести соответствующие дополнения в свои Уставы.

6. Предлагается развитие спортивно-оздоровительного туризма, названия которого до сих пор в теории и практике туристской деятельности не было (такое название вводит автор данной статьи). Как таковой этот вид оздоровления, отдыха и спорта появился на территории СССР несколько десятилетий тому назад: Министерство высшего образования СССР издало специальный приказ (от 31 мая 1957 г. № 612), которым каждому вузу страны предписывалось создание в области, крае или союзной республике (по месту размещения) студенческого спортивно-оздоровительного лагеря. Этим документом был распространен по стране передовой опыт Московского физико-технического института (МИФИ) по организации в летний и зимний периоды (каникулярное время) подобного лагеря для студентов как места организованного отдыха и целенаправленного занятия спортом. Назрела необходимость возрождения в нашей стране важной организованной формы спорта, отдыха и туризма студентов, т.е. студенческих спортивных лагерей. В первую очередь требуется выявление такой потребности у самих студентов, т.е. нужна организация в вузах соответствующая система опросов; предлагается обратиться к вузовским профсоюзам взять на себя проведение этой важной опросной акции.

7. Предлагается развитие молодежного сельского туризма. В ряде регионов страны, в т.ч. на БПТ развитие сельского туризма объявлено приоритетным направлением, на реализацию которого предусмотрены серьезные административно-управленческие и финансовые меры государственной поддержки. Например, в Иркутской области ведется инвентаризация объектов сельского туризма, что даст информацию о потенциальных возможностях этого вида туризма и сведения для формирования регионального плана мероприятий развития и продвижения нового туристского продукта. Очень важно, что Минсельхоз РФ с целью поддержки сельского туризма «запустил» федеральный проект-грант «Агротуризм» для выдачи денежных средств самим сельхозтоваропроизводителям. Получить господдержку можно на строительство, модернизацию или реконструкцию помещений для приема туристов и благоустройство территории, создание развлекательной инфраструктуры, закупку туристического оборудования, в том числе, транспорта, снаряжения и инвентаря.

Библиографический список

1. Программа поощрительных поездок президентской платформы «Россия – страна возможностей» // Больше, чем путешествие : [сайт]. – URL: <https://morethantip.ru> (дата обращения: 14.03.2023).
2. Концепция развития яхтенного туризма в Российской Федерации на период до 2030 года : распоряжение Правительства РФ от 14.10.2021 № 2897-р. – URL: <http://government.ru/docs/all/137076> (дата обращения: 14.03.2023).
3. Концепция развития круизного туризма в Российской Федерации на период до 2024 года : распоряжение Правительства РФ от 28.01.2022 № 117-р. – URL: <http://static.government.ru/media/files/uXXZ3AvF4jE0Zq3f7xBcP9gL9RjBfaRH.pdf> (дата обращения: 14.03.2023).
4. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : утверждена Министром науки и высшего образования РФ 25.01.2023 г. № ВФ/1-Кн. – URL: [https:// inobrnauki.gov.ru/ocuments/?ELEMENT_ID=63453](https://inobrnauki.gov.ru/ocuments/?ELEMENT_ID=63453) (дата обращения: 14.03.2023).
5. Методические рекомендации по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации // Агентство стратегических инициатив : [сайт]. – URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110> (дата обращения: 14.03.2023).
6. О молодежной политике в Российской Федерации : Федеральный закон № 489-ФЗ : [принят Государственной думой 23 декабря 2020 года : одобрен Советом Федерации 25 декабря 2020 года]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192> (дата обращения: 14.03.2023).
7. Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий : указ Президента РФ от 25.04.2022 № 231. – URL: [https:// www.kremlin.ru/acts/bank/47771](https://www.kremlin.ru/acts/bank/47771) (дата обращения: 14.03.2023).
8. План проведения в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий : распоряжение Правительства РФ от 25.07.2022 № 2036-р. – URL: <https://government.ru/docs/46130> (дата обращения: 14.03.2023).
9. Поручение Президента РФ от 10 февраля 2022 года № Пр-290, п.46 // Администрация Президента России : официальный сайт. – URL: <https://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/67752#assignment-22> (дата обращения: 14.03.2023).
10. Россия – страна возможностей : [сайт]. – URL: <https://rsv.ru> (дата обращения: 14.03.2023).
11. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р. – URL: <http://government.ru/docs/37906> (дата обращения: 14.03.2023).

Развитие детского туризма в Новосибирской области***Петренко Никита Евгеньевич****доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент.
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
n.e.petrenko@edu.nsuem.ru****Курнявкин Алексей Владимирович****аспирант кафедры Бизнеса в сфере услуг. Новосибирский государственный университет
экономики и управления, г. Новосибирск
n.e.petrenko@edu.nsuem.ru****Киселёв Сергей Петрович****аспирант кафедры Бизнеса в сфере услуг. Новосибирский государственный университет
экономики и управления, г. Новосибирск
n.e.petrenko@edu.nsuem.ru*

Аннотация. Одним из его ключевых приоритетов в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» является создание условий для доступного отдыха подрастающего поколения. Детский туризм занимает благородный сектор рынка туристической индустрии, наиболее яркими учреждениями отдыха и досуга являются стационарные детские оздоровительные лагеря. Программы отдыха, призванные расширить детский кругозор, укрепить здоровье или раскрыть таланты, нацелены в конечном итоге на развитие молодого поколения.

Ключевые слова: туризм, социальная поддержка, детские лагеря, отдых.

Development of children's tourism in the Novosibirsk region***Petrenko Nikita****Associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Economic
Sciences, Associate Professor. Novosibirsk State University of Economics and Management,
Novosibirsk
n.e.petrenko@edu.nsuem.ru****Kurniavkin Alexey****Postgraduate student of the Department of Business in the Service sector. Novosibirsk State
University of Economics and Management, Novosibirsk
n.e.petrenko@edu.nsuem.ru****Kiselev Sergey****Postgraduate student of the Department of Business in the Service sector. Novosibirsk State
University of Economics and Management, Novosibirsk
n.e.petrenko@edu.nsuem.ru*

Annotation. One of his key priorities within the framework of the national project «Tourism and the hospitality industry» is to create conditions for affordable recreation for the younger generation. Children's tourism occupies a noble sector of the tourism industry market, the most striking recreation and leisure facilities are stationary children's health camps. Recreation programs designed to broaden children's horizons, strengthen health or reveal talents are ultimately aimed at the development of the younger generation.

Keywords: tourism, social support, children's camps, recreation.

В отличие от городских площадок проведения летнего досуга, загородные лагеря обеспечивают систематического общения детей с природой, что позволяет формировать опыт поведения в природной среде на основе соблюдения правовых и этических норм, а следовательно, полноценно воспитывать такое важнейшее гражданское свойство личности,

как способность активно действовать по защите, уходу, улучшению окружающей среды. При всех достоинствах летних оздоровительных лагерей в общей системе организации досуга существует ряд факторов, препятствующих получению качественного отдыха детьми.

На 1 января 2022 года по оценке Федеральной службы государственной статистики численность населения (постоянных жителей) Новосибирской области составляет 2 780 292 человека. Моложе трудоспособного возраста (младше 18 лет) – 536 950 человек, в частности, детей от 5 до 17 лет – 466 981 человек, что составляет 16,8% от всего населения области.

По данным Министерства труда и социального развития Новосибирской области в летнем сезоне 2023 смогут отдохнуть 120 тысяч юных новосибирцев в 957 лагерях с дневным пребыванием и 61 загородном оздоровительном лагере. Так, в летней кампании будет задействована только ¼ часть от общего числа детей до 18 лет по Новосибирской области. Исходя из официальных отчетов по итогам летних сезонов прошлых лет, загородные лагеря принимают лишь 40% детей от общего числа, участвующих в оздоровительной кампании, остальные 60% - отдыхают в городских лагерях.

По данным Росстата среднестатистическая зарплата по Новосибирской области – 48 тыс. рублей. Стоимость одной путевки (одна смена – 21, 14 или 7 дней) в загородных лагерях около 35-45 тыс. рублей. Такой фактор как отсутствие возможности финансирования является одной из весомых причин отказа родителей в летнем отдыхе детей в загородных оздоровительных лагерях. В условиях развития проекта «Программы мер по демографическому развитию Новосибирской области на 2008-2025 годы», ориентированного на стимулирование рождения второго и третьего ребёнка, вопрос об обеспечении полноценного отдыха стоит более остро [3].

В качестве мер социальной поддержки выступает предоставление льготных путевок, а также частичная компенсация стоимости за счет средств муниципального бюджета города Новосибирска на летнее время в лагеря детям в возрасте от 7 до 17 лет. Однако стоит учитывать, что получению субсидированной путевки предшествует долгая электронная очередь, переносимая с прошлых лет. В связи с чем выбор родителей определяется в рамках коммерческого предложения.

Высокие цены на путевки в загородные лагеря в каникулярный период по Новосибирской области обусловлены меньшим количеством предложения и, соответственно, низким спросом среди покупателей (родителей). Увеличение количества лагерей осуществляется не за счет увеличения инфраструктуры в области, а за счет совершенствования культурно-досуговых программ и появления новых направлений организации деятельности. Например, лагерь «Синяя птица» расположен на базе лагеря «Чкаловец», лагерь «Зажги Звезду!» и «Кислород» на базе ДСОЛКД «Юбилейный» и т.д.

На современном этапе необходимы условия и инвестиции для развития системы отдыха и туристической инфраструктуры – строительство новых лагерей в Новосибирской области. [2]

Данная инициатива может подлежать реализации благодаря подготовленному Минпросвещения России проекту федеральной программы, которая направлена на восстановление и строительство до 2030 года в субъектах страны детских лагерей из быстровозводимых конструкций, а также палаточного типа, путем предоставления субсидии из средств федерального бюджета бюджетам субъектов РФ. Из федерального бюджета на эти цели планируется выделить порядка 1 млрд рублей. [1]

Стоит отметить, что гранты на софинансирование поддержки общественных инициатив и субсидии на развитие инфраструктуры туризма получили 21 субъект РФ, в перечень которых не вошли регионы Сибирского Федерального округа. В свою очередь, Новосибирск и Новосибирская область обладают рядом преимуществ: один из крупнейших культурных и образовательных центров России; развит транспортно-логистический комплекс; численное превосходство перед другими регионами СФО в соотношении площадь-численность благоприятные природно-климатические условия. Реализация массовой инициативы по

активизации детских лагерей будет способствовать развитию региона как туристической дестинации и возможному привлечению потребителей из других регионов и стран.

Библиографический список

1. Организация туристской деятельности на региональном рынке : учебное пособие / А. В. Курнявкин, О. В. Леушина, Н.А. Лучина [и др.]. – Москва : Издательство «КноРус», 2020. – 146 с.
2. Нюренбергер, Л. Б. Управление бизнес-процессами в сфере туристских услуг: предпосылки, принципы, особенности / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, Н. А. Щетинина [и др.] // Инновации и инвестиции. – Москва, 2020. – № 4. – С. 294–298.
3. Петренко, Н. Е. Формирование, функционирование и развитие локального регионального туристского рынка (на примере Новосибирской области) : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Петренко Никита Евгеньевич ; Алтайский государственный университет. – Барнаул, 2021. – 27 с.
4. Петренко, Н. Е. Современные особенности въездного туризма российская практика / Н. Е. Петренко // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сборник научных трудов / Под общей редакцией З. О. Адамановой. – Симферополь : Издательство Типография «Ариал», 2022. – С. 380–382.
5. Sotiriadis, M. Experiential dimensions and their influence on behavioral intentions within the context of nature-based tourism / M. Sotiriadis // Tourism and Hospitality Management. – 2018. – № 1. – С. 35–50.

УДК: 581.5

Изучение межвидовых гибридов картофеля на территории туристической базы «Асыл» с целью развития детского агротуризма в Горном Алтае

Окашева Нурлана Амантаевна

*младший научный сотрудник лаборатории экологической генетики и селекции растений,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
onur_lana@mail.ru*

Рогозина Елена Вячеславовна

*доктор биологических наук, ведущий научный сотрудник отдела генетических ресурсов картофеля, Всероссийский институт генетических ресурсов растений им.Н.И.Вавилова,
г. Санкт-Петербург
onur_lana@mail.ru*

Сафонова Оксана Владимировна

*доцент кафедры биологии и химии, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
oksvarias@mail.ru*

Аннотация. В жизнь современных детей прочно вошли гаджеты, без которых не представляют жизнь в обществе. В связи с этим возникают трудности во взаимоотношениях с родителями. Пути решения данного вопроса - организация отдыха в летний период: провести время с семьей, подышать свежим воздухом, участвовать в научных испытаниях межвидовых гибридов картофеля на территории туристической базы.

Ключевые слова: агротуризм, Горный Алтай, межвидовые гибриды картофеля, детский агротуризм, продуктивность гибридов, дегустация, биометрические исследования.

Study of interspecific potato hybrids on the territory of the tourist base «Asyl» in order to develop children's agrotourism in the Altai Mountains

Okasheva Nurlana

*junior Researcher at the Laboratory of Ecological Genetics and Plant Breeding,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai*
onur_lana@mail.ru

Rogozina E.V.

*doctor of Biological Sciences, Leading Researcher of the Potato Genetic Resources Department,
N.I.Vavilov All-Russian Institute of Plant Genetic Resources, St. Petersburg*
onur_lana@mail.ru

Safonova Oksana

*associate Professor of the Department of Biology and Chemistry, Candidate of Agricultural
Sciences, Associate Professor, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai*
oksvarias@mail.ru

Annotation. Gadgets have firmly entered the life of modern children, without which they cannot imagine life in society. In this regard, difficulties arise in the relationship with parents. Ways to solve this issue are the organization of recreation in the summer: spend time with your family, get some fresh air, participate in scientific tests of interspecific potato hybrids on the territory of the tourist base.

Keywords: agrotourism, Gorny Altai, interspecific potato hybrids, children's agrotourism, hybrid productivity, tasting, biometric studies.

Цель исследования - изучение межвидовых гибридов картофеля на территории туристической базы «Асыл» с целью развития детского агротуризма в Горном Алтае.

В связи с целью поставлены следующие задачи:

- В условиях высокогорной зоны Горного Алтая изучить межвидовые гибриды картофеля;
- в данное исследование вовлечь юных исследователей - туристов школьного возраста;
- организовать качественный отдых детей на свежем воздухе;
- повысить уровень туристического потока;

Агротуризм является одним из самых молодых направлений туристической индустрии. По некоторым подсчетам, ему нет еще и сорока лет. «Зеленый» туризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Сельский туризм в настоящее время находится на пике популярности в Европейских странах. И в настоящее время он развивается быстрыми темпами. Спрос на этот вид отдыха растет с каждым годом, как со стороны туристов-иностранцев, так и со стороны жителей стран. В первую очередь сельский туризм привлекает тех, кто, устав от городской суеты, машин и утомительной офисной работы, хотел бы отдохнуть на природе, вдали от традиционных популярных курортов, присущих им суеты и толп людей [1]. Поэтому сотрудниками лаборатории экологической генетики и селекции растений Горно-Алтайского государственного университета подобраны межвидовые гибриды картофеля, необходимые для испытания на территории туристической базы «Асыл» в высокогорной зоне Горного Алтая. Несмотря на то, что картофель считается высокопластичной культурой и выращивается в различных почвенных и климатических условиях, для реализации генетического потенциала в процессе производственного использования сортов необходимо создавать благоприятные условия для их роста и развития. Уже около столетия основным методом селекции, с помощью которого успешно решаются проблемы картофелеводства, является межвидовая гибридизация. Использование метода позволило создать принципиально новый исходный селекционный материал. Расширенная генетическая основа допускает возможность выделения среди него высокоадаптивных образцов [2].

Качество новых сортов зависит от исходного растительного материала, характеризующегося продуктивностью и высоким уровнем устойчивости к наиболее

вредоносным болезням и вредителям. В селекции картофеля важное место занимает отбор материала, обладающего устойчивостью к патогенам и хорошими агрономическими характеристиками [3].

Испытание коллекций межвидовых гибридов из ВИРа (Всероссийский институт генетических ресурсов, автор межвидовых гибридов Рогозина Е.В.) проходило в 2022 году на территории летней мини туристической базы, расположенной в с. Большой Яломан (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика расположения пункта испытания

Характеристики	с. Большой Яломан высокогорье
Расстояние от центра Горно-Алтайска, км	269
Высота над уровнем моря, м	2037
Сумма активных температур >10°C /дней	1150/86
Безморозный период, сутки	60
Годовое количество осадков (мм), За вегетационный период (мм)	337 242
Виды почв в пунктах испытания	горно-бурые лесные

*составлено авторами

Юных туристов ознакомили с деятельностью лаборатории экологической генетики и селекции растений, подробно объяснены методики по полевым испытаниям межвидовых гибридов картофеля.

При закладке опытов и проведении испытаний привлечены дети от 9-16 лет, отдыхающие на территории базы отдыха. Количество детей возрастало с каждым днем, наблюдая за работой одних детей, вовлекались другие.

Схему посадки, какие исследования нам интересны были обсуждены с каждым желающим участвовать в данном испытании межвидовых гибридов картофеля.

Начало опыта – последняя декада мая, в связи с тем, что учебный процесс в школах еще не закончился, в закладке опыта участвовало всего двое детей из г. Барнаул, а за количеством всходов и остальными исследованиями, которые включали биометрические исследования, сортовые прополки, наблюдение за среднесуточной температурой воздуха, фотографирование гибридов, пробные копки и дегустация, количество маленьких туристов выросло до 146 за 75 дней. Родители с удовольствием наблюдали за работой своих детей, где-то сами принимали участие при заполнении полевого дневника, когда юный исследователь производил подсчет количества стеблей и измерял высоту растений. Уборку урожая (16 сентября) выполняли семь детей от 12-16 лет, так как наступила школьная пора. Каждому ребенку удалось завести полевой дневник, куда фиксировались ежедневные наблюдения.

Среднесуточная температура воздуха в экологической зоне была оптимальной для проведения испытания образцов межвидовых гибридов юными исследователями (рисунок 1). В ночное время температура воздуха достигала до -2 градусов, а днем +30, что повлияло на продуктивность некоторых клонов картофеля. Тем самым выделены образцы, с высокой адаптационной способностью к условиям высокогорья Горного Алтая.

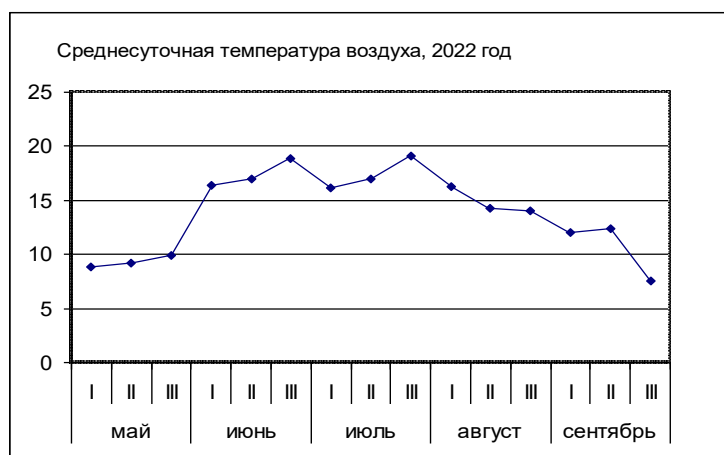


Рисунок 1 – Среднесуточная температура воздуха в с.Большой Яломан в 2022 году (составлено авторами)

Выполнен качественный и своевременный уход за посадками, после появления первых всходов, вели подсчет их количества с даты посадки, например, через 25 дней у образца 97-162-2 было 9 из 30, а еще через 7 дней все 30 растений дали всходы. У межвидового гибрида 159-3 период цветения начался позже и не было ягод, у всех остальных гибридов ягоды диаметром 2 сантиметра, похожий на маленький зеленый помидор. Для детей они составили огромный интерес, что стало поводом беседы о их ядовитости.

Были проведены анализы на вкусовые качества согласно специальной методике, варили клубни в кастрюле с двойным дном, завернутые в марлю.

Были увеличены площади питания - расстояние между клубнями 40 сантиметров, между рядами один метр, что повлияло на продуктивность образцов (рисунок 2). Как выяснилось, чем больше площадь питания, тем выше урожайность межвидовых гибридов.

Таким образом, согласно усредненным полученным данным самыми высокопродуктивными клонами, выращенными в экологической зоне высокогорья Горного Алтая, оказались межвидовые гибриды 97-162-2 с показателем 580 г/куст, 88-2, 99-6-5 (485 г/куст, 450 г/куст). Низкая продуктивность наблюдалась у клона 159-3 (376 г/куст). А у остальных клонов показатели по данному признаку примерно на одинаковом уровне.

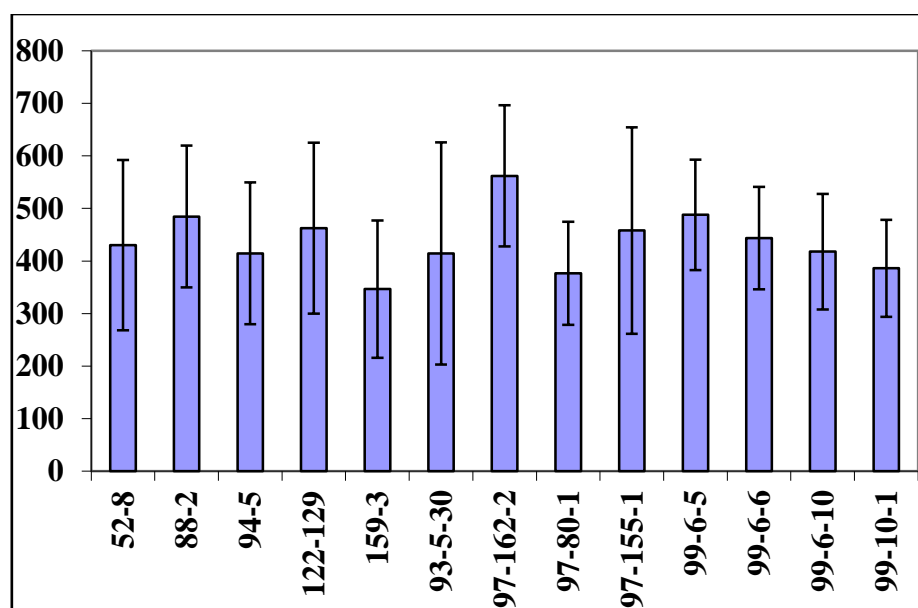


Рисунок 2 – Сравнительная оценка средней товарной продуктивности межвидовых гибридов, г/куст (составлено авторами на основании полученных данных)

Юные исследователи-туристы были погружены в исследования полностью, большее количество никогда не видели, как растет картофель (рисунок 3), только в интернет ресурсах. В полевых дневниках написали о разной окраске цветков и разные формы листьев у межвидовых гибридов картофеля. Родители отметили, вовлеченные в данное исследование дети хорошо спят ночью, даже у малоежек повысился аппетит, уходит лишний вес, головные боли исчезли, на которые жаловались периодически.

Администрация туристической базы тоже довольны досугом детей, что немаловажно в выборе места для отдыха туристами, повысился поток отдыхающих с детьми. В планах расширить данное направление.



Рисунок 3–Межвидовой гибрид 93-5-30 (фото авторов)

Библиографический список

1. Трошихин, В. В. Экономическая и социально-культурная функция сельского туризма / В. В. Трошихин, Д. Н. Ярмош // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 1 (49). – С. 60–66. – EDN RZASTZ.
2. Влияние внешних условий на завязывание клубней межвидовых гибридов картофеля, их беккроссов / Н. В. Кравченко, А. А. Подгаецкий, М. С. Дегтярева, В. В. Гордиенко // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. – № 2. – С. 114–117. – EDN TXOVXU.
3. Зотеева, Н. М. Характеристика фитоустойчивых межвидовых гибридов картофеля по хозяйственно-ценным признакам / Н. М. Зотеева // Сахарная свекла. – 2020. – № 4. – С. 33–35. – DOI 10.25802/SB.2020.61.86.007. – EDN HGKKJF.

12 Развитие рынка туристских услуг в условиях цифровой трансформации

УДК: 338.48

Цифровизация документооборота в туризме

Маневич Яна Викторовна

аспирант кафедры Бизнеса в сфере услуг.

Новосибирский государственный университет экономики и управления

y.v.manevich@edu.nsuem.ru

Аннотация. Туристическая отрасль постепенно переходит на электронный документооборот (ЭДО), цифровое взаимодействие между партнерами. Это удобно, прозрачно, оперативно, и электронные документы имеют такую же юридическую силу, как и бумажные. В статье изложена специфика документооборота в туркомпаниях, требования к ЭДО в туризме, алгоритм работы с электронной документацией. Рассмотрен проект электронная путевка и проблемы его внедрения.

Ключевые слова: документооборот, электронный документооборот, ЭДО, цифровизация, цифровизация в туризме, электронная путевка, туризм.

Digitalization of document flow in tourism

Manevich Yana

postgraduate student of the Department of Business in the Service sector.

Novosibirsk State University of Economics and Management

y.v.manevich@edu.nsuem.ru

Annotation. The tourism industry is gradually moving to electronic document management (EDI), digital interaction between partners. It is convenient, transparent, prompt, and electronic documents have the same legal force as paper ones. The article describes the specifics of document management in travel companies, the requirements for EDI in tourism, the algorithm for working with electronic documentation. The electronic voucher project and the problems of its implementation are considered.

Keywords: document management, electronic document management, EDO, digitalization, digitalization in tourism, electronic voucher, tourism.

Каждая организация при ведении своей деятельности на рынке использует документацию и организует работу с ней. В управление компанией важен контроль любых документов, в том числе тех, которые несут юридическую силу и служат подтверждением ее деятельности. Использование «бумажных носителей» на сегодняшний день становится все менее актуальным, по причине перехода документооборота на электронный вид под воздействием эволюции цифровых технологий и проникновения их во все сферы деятельности.

В туристской отрасли существуют некоторые особенности в документационном обеспечении деятельности компании. Результатом формирования и реализации туристской услуги служит технологическая документация тура, где содержится полная информация о турпродукте, о процессе его производства, о его услугах и так далее. Рассмотрев типовые документы, в туристских предприятиях, можно понять, что они содержат в себе широкое информирование, язык составления применяется как иностранный, так и русский, состав документов меняется в зависимости от направления тура, применяется различное количество экземпляров и другие нетипичные особенности документооборота [2].

На данном этапе развития цифровизации и автоматизации туристские предприятия уже разрабатывают и внедряют типизацию, стандартизацию документов, а также автоматизацию документооборота [5]. Для грамотного перехода туркомпании на ЭДО важно придерживаться правил и учитывать особенности отрасли.

Принципы, которыми руководствуются туристские предприятия при управлении документацией:

- Взвешивание рисков в деятельности компании при организации документооборота. В нормативной базе не все аспекты туристской деятельности отражены должным образом, для коммерческих структур существуют некие разночтения. Поэтому актуально грамотно управлять документооборотом.

- Необходимость учёта существующей системы управления организацией. Сложившиеся внутренние и внешние коммуникации, особенности системы обмена информацией, стиль руководства влияют на организацию деятельности компании.

- Использование локальных нормативных актов в делопроизводстве. Во избежание разночтений и упущений все процессы документационного обеспечения должны быть зафиксированы в локальных нормативных актах. Никакой двусмысленности в организации документооборота не должно присутствовать.

- Уверенность в достоверности процесса делопроизводства, с соблюдением принципа необходимости и достаточности. Работа с документами не допускает избыточности, если процесс уже зафиксирован в документации, то не нужно воспроизводить его вновь.

- Соблюдение меры. Специфика составления текстов документов в туристской отрасли характеризуется полнотой информации, но в тоже время она должна быть выверена, взвешена и понятна.

Более десяти лет внедряется ЭДО в туристских компаниях, а с пандемией данные процессы получили дополнительный виток развития. Цифровой документооборот практичней, эффективней и проще в использовании. Многие предприятия благодаря ЭДО избавились от большого объема бумажной работы, архивных хранилищ, но остаются еще фирмы, которые не доверяют полностью цифре, используют электронный документооборот и при этом имеют архив в бумажном виде на случай рисков [3]. Следует отметить полученный дополнительный эффект от цифровизации документооборота – это удобство и доступность просмотра архивных документов.

Требования к работе с электронным документооборотом в туристских фирмах [1]:

- Идентификация пользователей. Позволяет одновременно работать разным пользователям в одной системе.

- Типизация документов и контроль за их исполнением. Сотрудник, работая с документами, создает шаблоны и отслеживает нужную версию документа, при подписании использует электронную подпись доверенного лица или руководителя.

- Маршрутизация документа. В системе ЭДО туристской фирмы прослеживается статус документа для контроля его стадии прохождения (подготовка, согласование, оформление, исполнение, архив).

- Безопасность документооборота. Права доступа выдаются только ограниченному кругу лиц для работы с документами, воспроизводится шифрование данных и безопасная их передача.

- Фиксация

- и соблюдение определенных стандартов предприятия в ее деятельности, ГОСТов, законов, международных стандартов контроля качества туристской деятельности.

ЭДО - это оптимизация деятельности управления предприятием. Во-первых, это сокращение трудовых затрат. Во-вторых, оперативная обработка документов. В-третьих, приведение к единым шаблонам документации и контроль типизации при ее оформлении. В-четвертых, автоматическое формирование отчетности. В-пятых, автоматизированная передачи документов по каналам связи [2].

Алгоритм создания электронного документа.

Для нового документа в системе выбирается тип документа; прописывается его наименование. Дается краткое описание предмета документа; указывается приоритет; назначается контрагент, которому будет предназначен данный документ. Прописывается сумма по договорному соглашению; добавляются приложения, устанавливается статус. После специалист документооборота добавляет доступ участникам и запускает процедуру согласования. На этом этапе участники подписывают документ или упоминают ошибки в комментариях и отправляют на доработку, в течение всех действий статус работы с документом изменяется. Документ может вступить в действие лишь тогда, когда все участники процедуры согласятся с содержанием документа, его условиями и поставят электронную подпись. На этом этапе статус документа изменится на «согласовано». Далее специалист, получивший согласованный документ, должен прописать номер документа, его дату подписания и перенаправить статус в режим «использование». Только после этого момента документ можно использовать, он вступит в силу автоматически. При завершении его использования документ переходит в архив с изменением статуса [4].

На сегодняшний день помимо активного перехода туркомпаний на ЭДО, цифровизация затронула и более глобальные вопросы автоматизации документации в туризме. Для туристской отрасли России в 2018 году был разработан проект ввода системы «электронная путевка».

Единая информационная система электронных путёвок ЕИС — это государственный информационный ресурс, ориентированный на защиту прав туристов в сферах выездного, въездного и внутреннего туризма, обеспечение прозрачности деятельности профессиональных участников рынка и повышение эффективности государственного надзора за деятельностью туроператоров. После подключения туроператоров к ЕИС, продажа всех пакетных туров должна будет регистрироваться в ЕИС «Электронная путевка» [6].

Реализация следующих функций системы должна обеспечить государственное регулирование туристической отрасли и государственные гарантии участникам рынка:

- Присвоение уникального идентификационного номера каждой проданной путевке.
- Централизованный сбор и хранение данных о продаже турпродукта (пакетного тура) на всей территории России.
- Оперативная проверка законности продажи тура.
- Формирование статистической отчетности, а также оперативных аналитических отчетов о деятельности и развитии отрасли.
- Контроль исполнения финансовых обязательств всех сторон, задействованных в приобретении и реализации турпродукта.
- Оперативный государственный контроль деятельности участников туристического рынка.

По данному проекту на сегодняшний день еще пока существуют недоработки, в том числе, до сих пор не решен вопрос оперативного доступа к базе данных с зарегистрированными турами самих туристов. QR-код, который должен получать покупатель для проверки данных о путевке в момент заключения договора, пока не реализован в моментальной генерации. Поскольку штрих-код формируется только после экспорта сведений о туре туроператором. Получить доступ к сведениям турист сможет по расчетным показателям лишь в течение 5 рабочих дней и только по отдельному заявлению. Данные сроки противоречат целям внедрения электронной путевки, а именно мгновенному получению туристом данных по своему туру. Поэтому на сегодня проект «электронная путевка» на рынке туруслуг так и не реализован.

Стремление к цифровизации процессов документооборота госсектора и бизнеса в ближайшие годы будет только расти. Сейчас внедрение ЭДО на предприятии носит рекомендательный характер, но переход на электронный документооборот делает компанию современной, идущей в ногу со временем. С ЭДО деятельность организации становится прозрачной, цифровой документооборот дает возможность получать сведения из электронных баз гораздо оперативней. И отказаться от бумаги — экономически и экологически выгодно.

В настоящее время, на данном этапе развития применения цифровых технологий, пользователями электронной системы документооборота являются туристские организации различного масштаба и разных видов организационно-правовой формы. Размещая свои бумажные архивы и сохраняя в электронной системе документы, туристские организации структурируют свою деятельность, создают комфортное управление документами и предприятием. И будущее в туризме, несомненно, за цифровым документооборотом.

Библиографический список

1. Влияние современных трансформационно-интеграционных процессов на развитие отраслевых региональных рынков услуг : монография / А. Н. Аршинова, А. В. Глотко, Е. Г. Зотова [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2022. – 228 с.
2. Не до ЭДО: что мешает турбизнесу полностью перейти на цифровой документооборот // Profi Travel туристический портал : [сайт]. – URL: <https://profi.travel/pages/55765/details> (дата обращения: 01.04.2023).
3. Нюренбергер, Л. Б. Теоретические аспекты функционирования современной туристской индустрии / Л. Б. Нюренбергер, Н. А. Лучина, Р. А. Якшигулов // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сборник научных трудов / Под общей редакцией З. О. Адамановой. – Симферополь, 2021. – С. 529–532.
4. Нюренбергер, Л. Б. Управление бизнес-процессами в сфере туристских услуг: предпосылки, принципы, особенности / Л. Б. Нюренбергер, Н. А. Щетинина, И. Ю. Севрюков [и др.] // Инновации и инвестиции. – Москва, 2020. – № 4. – С. 294–298.
5. Шнорр, Ж. П. Влияние цифровых технологий на инновационное развитие сферы туристских услуг / Ж. П. Шнорр, И. А. Кулешова // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации : материалы всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов: в 2 ч. – Омск, 2020. – С. 39–43.
6. Электронная путевка // Государственная информационная система Единая информационная система электронных путёвок (ГИС ЕИС ЭП) : [сайт]. – URL: <https://ev.tourism.gov.ru/> (дата обращения: 05.04.2023).

УДК: 338.48

Применение технологий цифрового кочевничества в сфере туризма

Латышев Олег Юрьевич

п.д.н., к.филол.н., действительный член МАС, МАЕ, ЕАЕ, ISA, МОО АД ЮТК, член-корр. МАПН, профессор ун-та «Сайпрес», США, профессор РАЕ, президент, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, Москва
para888@list.ru

Вагена А.

д.э.н., Университет Патры, кафедра делового администрирования, Профессор, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, Афины, Греция
para888@list.ru

Латышева Полина Александровна

исполнительный директор, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, Москва
para888@list.ru

Луизетто Мауро

д.ф.н., почетный вице-президент, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, Пьяченца, Италия
para888@list.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются возможности применения цифровых технологий в сфере туризма, которые активно содействуют устойчивому развитию каждого

российского региона посредством такого все более широко распространяющегося социального института, каким в настоящий момент выступает цифровое кочевничество отечественных туристов.

Ключевые слова: турист, регион, цифровые технологии, цифровой кочевник, Россия.

Application of digital nomadistic technologies in tourism

Latyshev Oleg

Ph.D., Ph.D. in Philology, full member of the IAC, MAE, EAE, ISA, MOO AD STC, corresponding member. MAPN, Professor of the University «Cypress», USA, Professor of the Russian Academy of Natural Sciences, President,

International Mariinsky Academy named after M.D. Shapovalenko, Moscow

papa888@list.ru

Wagena A.

Doctor of Economics, University of Patras, Department of Business Administration, Professor, Mariinsky International Academy named after M.D. Shapovalenko, Athens, Greece

papa888@list.ru

Latysheva Polina

Executive Director, International Mariinsky Academy named after M.D. Shapovalenko, Moscow

papa888@list.ru

Luisetto Mauro

Doctor of Philology, Honorary Vice-President, International Mariinsky Academy named after M.D. Shapovalenko, Piacenza, Italy

papa888@list.ru

Annotation. This article discusses the possibilities of using digital technologies in the field of tourism, which actively contribute to the sustainable development of each Russian region through such an increasingly widespread social institution, which is currently the digital nomadism of domestic tourists.

Keywords: tourist, region, digital technologies, digital nomad, Russia. In order to become the most attractive country for a digital nomad, Greece has developed a «Digital Nomad Visa», which in the original is called a «digital nomad visa». This visa is a condition of legal residence in Greece for numerous diverse professionals working remotely.

It should be noted that this document allows each digital nomad to stay on the territory of the Greek state for a sufficiently long period of time, and includes a number of certain advantages over other types and types of visas produced in Greece.

Greece, without the slightest exaggeration, is a desirable place for specialists whose activities are not characterized by territorial attachment to the place of work, and who strive to carry out their multidisciplinary creative projects precisely in this territory.

The rather mild Mediterranean climate that exists throughout Greece, in the understanding of digital nomads, is organically complemented by the European standard of living, a wide selection of real estate - both for purchase and for rent for various periods by agreement with the owners. At the same time, each of the digital nomads will have to provide the Greek authorities with a certificate of ownership of real estate, or, as an option, a rental agreement for housing that they like, chosen by them on Greek soil.

Compared to many other Mediterranean countries, Greece has a relatively low cost of living. At the same time, even in this country there are a significant number of artifacts that digital nomads from various countries will see with great pleasure.

There are a number of inalienable rules that must be followed. It seems possible to obtain a digital nomad visa to work and live in Greece, gradually being included in a special program for digital nomads. Ordinary digital nomads in their daily professional activities usually use only a

laptop and high-speed Internet. However, it is in Greece that they get the opportunity to combine their traditional work with the creation of creative projects, forever inspired by the ancient treasures of this multifaceted country. For example, they can perform spatial scanning of outstanding monuments of Greek architecture, sculpture and arts and crafts from ancient times, and then become the initiators of organizing and holding 3D modeling festivals.

It is also possible to organize and conduct a festival of laser shows on the initiative and with the direct participation of digital nomads. In them, instead of the traditional demonstration of the spontaneous accumulation of bright color rays, models of the treasures of ancient Greek art, as well as symbols of the culture of modern Greece, will appear - both in life size and in much larger size. Finally, digital nomads can also become the initiators of organizing and holding drone show festivals. As time goes by, drones will get better, cheaper, easier to operate and acquire more and more interesting features.

Drones of new generations will be able to appear in the sky at the same time in much greater numbers than is happening at the moment, and create figures of immeasurably higher complexity in a coordinated flight. Thanks to this, they will evoke sincere admiration from the audience for the level of elaboration of details and the skill of the authors of the composition. The audience of such festivals in Greece will only increase.

All this will attract even more tourists from various countries of the world to Greece - both participants in such festivals, as well as their spectators, fans, and will contribute to improving the well-being of this wonderful country in all respects with such an ancient culture and art. Until 2020, when Greece established the Digital Nomad Visa, such professionals had relatively few opportunities to reliably, and most importantly, legally settle in their chosen picturesque and historical place. Unfortunately, tourist visas were not very suitable for this, since they are objectively too short-term, while in order to obtain a work visa, each digital nomad had to apply for a job in a local company. This was not at all part of the plans of the vast majority of these energetic, creative and freedom-loving people. It should be noted with satisfaction that digital nomadic programs are far from unique to Greece, as they have been developed on all continents since the moment when the world was very famous due to the spreading onset of the coronavirus pandemic. And if it was a significant inconvenience for workers with orthodox thinking that many companies transferred them to long-term remote work, then for the growing population of digital nomads, this turned out to be a great chance to change their lives for the better. Two and a half years since the beginning of the COVID-19 pandemic have shown that thousands of people have appreciated this completely new opportunity for them to live exactly where it is most comfortable for them to work and meet their need for constant self-development and self-improvement. But no less important is also the fact that at the same time they can remain and feel like patriots, and conscientiously continue to work for their former company, and still no less loving their native country. In order for digital nomads working remotely to be legalized quickly and without hindrance in the chosen place, countries such as Greece, and along with this, many others, decided to develop a legal framework for this quite attractive audience.

This is how the programs of digital nomadism were formed, one of which has already found its thesis in this paper. Each digital nomads program includes not only special visas.

Along with this, digital nomads receive completely practical assistance from the host countries in settling on their territory. Being full-fledged holders of such visas, digital nomads can work freely on the territory of each such country, while in no way violating the law of any of them on the migration regime. Each country that has established a digital nomads program benefits from the fact that representatives of this audience regularly pay taxes, and at the same time use medical care on an equal basis with the citizens of this country.

At the same time, digital nomads should remember that if they stay in Greece for more than six months, they are obliged to pay taxes up to 45%, given the presence of the Greek progressive taxation scale, which also applies to digital nomads.

What is not at all unimportant, each of the digital nomads in such countries, without the slightest fear of being deported, turns to law enforcement agencies if any of his original rights have been violated. The immigration of highly paid digital nomads significantly increases the economic performance of each state that has created acceptable conditions for their stay in a zone convenient for them for a period acceptable to them.

At the same time, it should be noted that digital nomads earn money abroad, as they continue to be employees of their companies, while spending the money earned in them on local goods and services. In the course of implementing such a model, digital nomads never and under no circumstances compete with citizens of the host country, because there is always a place for them in the local labor market.

Since digital nomads do not have the right to work in companies of the host state, it is not their function to spend budgetary funds to create new jobs that can accommodate the growing number of digital nomads.

In the 2000s, the advent of broadband Internet access actively contributed to the formation of favorable conditions for the development of a productive tradition of digital nomads, and Airbnb was the first service to find accommodation, and then their number began to progressively increase. Skype, and then WhatsApp, Wiber, Telegram and many others allowed conferences with a significant number of participants to run smoothly, which allowed digital nomads to extend their stay in the host countries.

The emergence of the PayPal system for settlements minimized the efforts of digital nomads in finding ways to receive funds from their native companies, as well as pay for goods and services anywhere in the civilized world. Soon, the number of digital nomads, thanks to these and many other preferences, has already allowed 10 million citizens of various countries to be realized in other countries, as they say, «on the job». Estonia became the first country in the world to introduce a digital nomads visa, after which more than thirty countries in Europe, Asia, and the Caribbean have followed its natural example. Digital nomads visas have a number of distinct advantages over other types of visas. So, for example, compared to a tourist visa, a digital nomads visa allows you to use a significantly longer period of residence in your chosen country. In addition, the significantly higher probability of issuing digital nomads visas encourages millions of people from all over the world to use them in comparison with a work visa, while significantly saving their nerve cells in anticipation of issuance. And finally, compared to an investor visa, a digital nomads visa requires a significantly lower acquisition cost, which allows each digital nomads to determine the freed up funds for improving their living conditions. Taking into account the established tradition in Dubai and other attractive cities of issuing «golden» visas to outstanding figures of science, culture, sports, etc., many tend to put the digital nomad visa in a fairly correct comparison, while not unreasonably calling it a simplified option for obtaining «golden» visa. This is all the more relevant because in order to obtain a «golden» visa, the applicant must have sufficiently great merits in the field of professional determination. And even when some countries directly offer such individuals to become the happy owner of a «golden» visa, they often refuse. And this is not surprising. If a person has already been able to stand out from millions of others with one or another of his talents, then he is also quite capable of arranging his life for the short term, comparable to the duration of the «golden» species [1].

Moreover, such people have such plans for building a creative business every minute for the next few years, so not every such invitation to apply for a «golden» visa may seem tempting to them. As for the vast majority of digital nomads, they may be no less talented people, but still not have such a great life experience and accompanying achievements to offer them a “golden” visa. But the desire to establish themselves in creativity abroad, without leaving their native company, is really ready to realize millions of digital nomads, which favorably distinguishes the visa intended for them from the «golden one», which in the future they may not need either.

It should also be pointed out that the digital nomads visa provides an opportunity not only to obtain permission to enter the country, but at the same time, in case of such a need for digital nomads, also the opportunity to obtain a residence permit in the country chosen for residence.

This becomes possible when there is at least 42,000 euros on the account of future digital nomads. This implies that each of the digital nomads will spend an average of 3,500 euros over each of the next 12 months, which can be confirmed by a bank statement [2].

In this way, the digital nomads visa demonstrates its undeniable advantage. The holder of a residence permit gains access to social services that apply to citizens of the host country.

In addition, if they have a residence permit, digital nomads can open a bank account in a European country that supports the digital nomads program, which will significantly strengthen their position on the territory of this state. Remote work is quite popular among freelancers, as well as business owners, developers of the most advanced software. Also among the digital nomads you can meet a lot of creators of the text content of sites. Authors of texts for printed publications are also rushing to include themselves in the number of digital nomads, especially if their stay in the chosen country significantly brings them closer to the result of writing or research. Content managers, editors, copywriters, designers, marketers, for whom communication with the citizens of the host country is of great benefit, SMM managers, confidently choose the position of digital nomads. A special category of digital nomads are HR managers who, living abroad, can find suitable employees for their company, and have enough time to study the potential personnel of their company. Teachers, lawyers, composers, artists are also motivated to become digital nomads in their own way, for whom the country chosen to live in such a country is the highest source of creative inspiration. Digital nomads visas in European countries are readily used by citizens of countries that were previously Soviet Union republics. Such digital nomads need permission to cross borders, and even more so - a long stay in the territory of the states of the European Union. Greece should be considered one of the most sought-after countries for digital nomads, since the climate prevailing in it is recognized as one of the best typical for the countries of the Mediterranean basin, and also, in principle, among maritime countries in general. For many digital nomads, a beach holiday is attractive, as well as the opportunity to take sea baths all year round, and fully feel the European quality of life, as well as the relatively low cost of living. Greece for a highly demanding connoisseur can provide worthy cultural leisure, the quality of which is determined by visiting the sights, many of which have been preserved since ancient times. The population of Greece is friendly to digital nomads and hospitably offering them to try the excellent national cuisine, as well as admire the picturesque flora and diverse fauna to their heart's content. Greece is well-disposed to digital nomads, providing them with many co-working spaces and high-speed Internet with European standards, which fully reflects the expectations of digital nomads [3].

The Greek digital nomad visa has the official name «Work From Greece», the consular fee for which is only 75 euros. This visa is issued for a period of residence for one year, after which it can be extended twice, and in total, if you wish, spend as much as three years in Greece.

However, if desired, digital nomads can stay in Greece for a longer period. As mentioned above, it is quite possible for digital nomads to live in Greece for two years with a residence permit. At the same time, they should live in Greece permanently for at least half a year, which is half the period of validity of the residence permit, without fail maintaining during this period the initially established minimum income. What to do if this is also not enough for some of the digital nomads, and hospitable Greece will continue to be the most favorable platform for them to conduct their daily activities? In this case, the residence permit of digital nomads can be renewed twice for 2 years, and after this period - immediately for 5 years. If a digital nomad lives in the country for nine years, then by doing so he acquires the right to apply for citizenship of the Republic of Greece. The rights and obligations of digital nomads receiving such a visa, as well as all the key requirements for the applicant, are regulated by the law of the Greek Republic, which bears the name «ΦΕΚ 157/Α/4-9-2021 νόμος 4825/2021».

These requirements, first of all, include the condition that digital nomads must be citizens of a country that is not currently part of the European Union, as well as the European Economic Area as a whole. At the same time, digital nomads are required to have a minimum documented income of 3,500 euros per month, after taxes. It should be remembered that in Greece, digital nomads also pay taxes after living here for a certain period.

In addition, each such digital nomad must have an annual living wage on the bank account, and, as mentioned above, perform work for a client located outside of Greece, or for their own company abroad. To prove this, the future digital nomad can provide them with a bank statement that indicates the frequency of payments, or a tax return for the previous year, or in any case, an employment contract provided, the text of which will indicate the applicant's salary.

In addition, digital nomads are not only able, but also required to rent or buy a property in one of the localities in Greece. In order to apply for a digital nomad visa, you need to collect a package of documents. The first of these is a responsible statement, designed to reflect the personal data of the future digital nomad, as well as the purpose of obtaining this visa, including the need to reside in the country on its national visa. In the same statement, the future digital nomad must promise that he will only work remotely, and abroad, and not attempt employment directly in Greek companies. The freelancer confirms this readiness by providing a contract with the client, either a certificate of registration of an individual entrepreneur or a certificate of self-employment, while a digital nomad employee provides an employment contract with the seal of the employer. This document (or a certain set of contracts with several clients or employers) must be either open-ended or urgent. Moreover, its validity period should not be less than one year. We allow presence. Also, a potential digital nomad provides his photo and a scanned image of each page of his passport. The medical health certificate he provided should leave the Greek authorities in no doubt that this digital nomad wants to engage in long-term health tourism without having to apply for multiple tourist visas in turn [4].

At the same time, they must prepare a health insurance policy that is valid in state medical institutions of the Republic of Greece, as well as an agreement confirming the employment relationship with their foreign company.

If the future digital nomad intends to continue obtaining a residence permit in Greece, he will need documentary evidence of the availability of housing for this. He will oblige to pay a state fee, the amount of which is currently 1,000 euros.

The digital nomadism program is currently in pilot mode, and therefore so far only covers three Greek cities, which include Heraklion, Kalamata, and Ermoupolis.

The opening of a residence permit is carried out at the moment when the digital nomad is in the territory of Greece. To do this, digital nomad sends a package of documents to the Greek consulate. This can be done in person as a digital nomad, via email, or by registered mail.

The pilot version of the digital nomads program in Greece will yet show its effectiveness. The main thing is that already at the moment Greece is starting to increase its budget through digital nomads, without resorting to an increase in industrial production and the opening of more and more new jobs.

Библиографический список

1. Байер, Е. А. Жизнестойкость детей-сирот как результат туристско-краеведческой деятельности детского дома / Е. А. Байер, Е. В. Петрова, О. Ю. Латышев // Туризм і краєзнавство : збірник наукових праць / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький Державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» ; головний редактор: В.П. Коцур. – Переяслав-Хмельницький, 2013. – С. 408–415.

2. Ковтонюк, В. А. Экологическое образование социально незащищённых детей в организациях культуры, науки и образования / В. А. Ковтонюк, О. Ю. Латышев, М. Луизетто [и др.] // Современные особенности развития внутреннего туризма в регионах Российской Федерации. – Воронеж, 2020. – С. 98–103.

3. Латышев, О. Ю. Волонтерство в туризме для воспитанников детского дома / О. Ю. Латышев, Е. В. Петрова // Международный школьный научный вестник. – 2017. – № 2. – С. 185.

4. Латышев, О. Ю. Медиабезопасность в социализации детей-сирот средствами экологического и историко-художественного краеведения, туристско-краеведческой деятельности / О. Ю. Латышев, Е. В. Петрова, С. П. Демура, Е. А. Байер // Медиаобразование. – 2014. – № 1. – С. 86–97.

Трансформация экономических отношений в индустрии туризма под влиянием цифровых технологий**Соболевская Татьяна Григорьевна**

доцент кафедры Управления бизнесом и сервисных технологий,
кандидат экономических наук, Российский биотехнологический университет, г. Москва
sobolevskayatg@mgupp.ru

Аннотация. Индустрия туризма является неотъемлемой частью экономической системы, отвечающей за организацию процессов формирования туристского продукта и доведения его до конечного потребителя. Цифровизация изменяет модель экономических отношений субъектов индустрии туризма. Причиной изменений является смена модели создания ценности в условиях цифровизации. В статье раскрывается специфика трансформации экономических отношений субъектов индустрии туризма под влиянием цифровых технологий.

Ключевые слова: индустрия туризма, экономические отношения, цифровизация, туризм.

Transformation of economic relations in the tourism industry under the influence of digital technologies**Sobolevskaya Tatiana**

associate Professor, Department of Business Management and Service Technologies,
Candidate of Economic Sciences, Russian Biotechnological University, Moscow
sobolevskayatg@mgupp.ru

Annotation. The tourism industry is an integral part of the economic system responsible for organizing the processes of forming a tourist product and bringing it to the final consumer. Digitalization is changing the model of economic relations of subjects of the tourism industry. The reason for the changes is the change of the value creation model in the conditions of digitalization. The article reveals the specifics of the transformation of economic relations of subjects of the tourism industry under the influence of digital technologies.

Keywords: tourism industry, economic relations, digitalization, tourism.

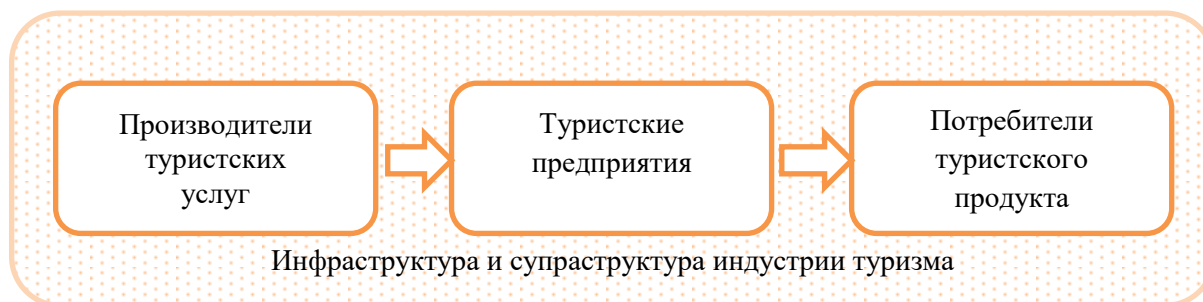
К субъектам индустрии туризма относят: производителей туристских услуг (гостиницы, рестораны, транспортные организации, авиакомпании и т.д.), туристские предприятия (туроператоры и турагенты) и потребителей [3], которые вступают в экономические отношения по поводу производства и распределения туристского продукта. Структурными компонентами индустрии туризма являются также инфраструктура и супраструктура туризма, обеспечивающие нормальную и эффективную деятельность всех субъектов.

Традиционно экономические отношения субъектов индустрии туризма строились исходя из формирования спроса со стороны потребителя на определенный туристский продукт и его удовлетворения производителем туристских услуг (предприятиями, организующими производство услуг на основе использования трех факторов туристического производства - капитал, туристические ресурсы и рабочая сила). Однако процесс продвижения туристских услуг до конечного потребителя в этом случае не предусматривал их непосредственной связи. В процессе продвижения появлялись посредники в форме туристских предприятий (туроператоров), комплекующих туристский продукт из единичных услуг, и системы дистрибьюции (турагентств), через которую готовый туристский продукт доводился до потребителя.

Однако с появлением первых цифровых сервисов в начале 2000-х, конфигурация экономических отношений субъектов индустрии туризма значительно изменилась [4].

Появление цифровых технологий и сервисов существенно меняет традиционные экономические отношения субъектов туристической индустрии (рисунок 1).

I. Традиционные экономические отношения субъектов индустрии туризма



II. Экономические отношения субъектов индустрии туризма, опосредованные цифровыми технологиями

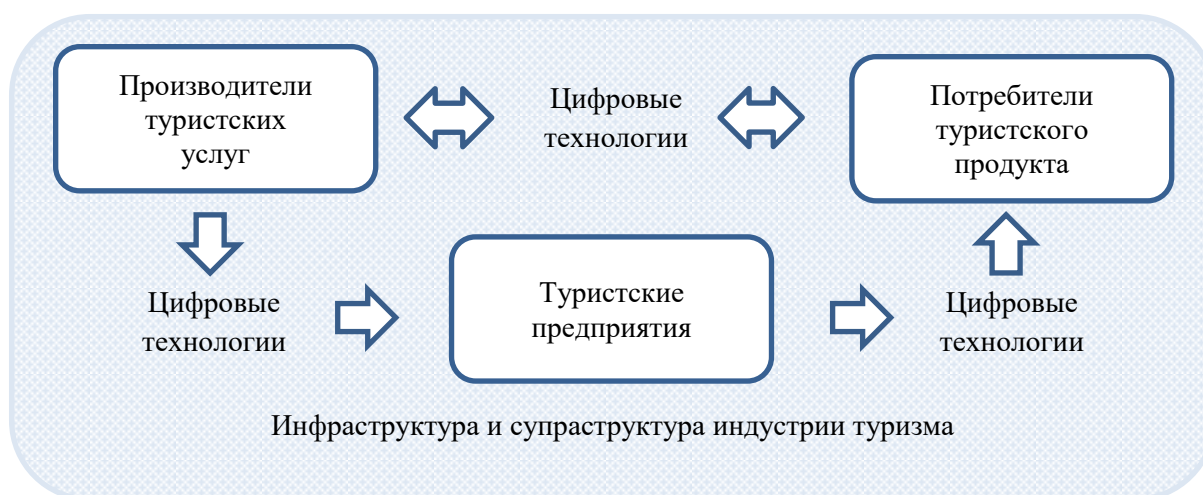


Рисунок 1 – Трансформация экономических отношений субъектов индустрии туризма под влиянием цифровых технологий [2]

С одной стороны, экономические отношения субъектов [1] индустрии туризма становятся опосредованными цифровыми медиа и инфраструктурой, которые обеспечивают им кросс-функциональное владение процессами, практиками и связями.

1) Производители туристских услуг внедряют цифровые технологии с целью ускорения операций, расширения каналов продвижения услуг [3]. Для дистрибуции производители теперь взаимодействуют не только с туристскими предприятиями, но и непосредственно с потребителем, дифференцируя собственную деятельность и увеличивая возможности получения дополнительной прибыли. Так, появление цифровых платформ Booking, Aviasales открыло каналы прямого взаимодействия производителя услуг и их потребителя.

2) Туристские предприятия (туроператоры и турагенты) осуществляют цифровизацию своей деятельности с целью увеличения доходов за счет минимизации транзакционных издержек, сопряженных с поиском информации о новых туристских услугах, автоматизации документооборота, расширения целевой аудитории потребителей через мониторинг потребительских предпочтений.

Например, известные бренды, такие как Expedia, Travelocity, Priceline или MakeMyTrip (ММТ), контролируют мировой рынок туризма с охватом 95% рынка только в США [4].

3) Потребители туристского продукта получают возможность доступа к более широкому объему информации, повышают свою туристскую грамотность, расширяют границы собственного потребительского выбора при планировании туристского маршрута, максимально отвечающего их запросам. Согласно статистике Google, в период планирования путешествия потребители совершают около 400 поисковых запросов в сети, тщательно выбирая определенный маршрут, компанию или отель.

Таким образом, меняется конфигурация взаимодействий между субъектами. У потребителей появляется большая свобода выбора производителя конкретных услуг или продавца определенного туристского продукта. Производитель вступает во взаимодействие напрямую с потребителем или опосредованно через туристические предприятия. Однако контроль туристических предприятий над потребителями снижается, что приводит к трансформации деловой среды в индустрии туризма [2].

С одной стороны, в сравнении с цифровыми системами туристские предприятия мало, что добавляют к туристскому продукту: они в основном управляют информацией и осуществляют бронирование, взимают дополнительные комиссионные, увеличивающие общую цену туристских продуктов, они относительно негибки и предоставляют меньшую свободу выбора потребителям. С другой стороны, туристские предприятия оказывают профессиональные консультации по путешествиям, используют экспертные знания, чтобы сэкономить время для потребителей, применяемые ими профессиональные технологии сложны и дорогостоящи для осваивания их потребителями, туристские компании снижают незащищенность путешествий и могут предложить лучшие цены, покупая оптом или через консолидаторов, тогда как интернет-транзакции еще не защищены и не надежны.

Таким образом, происходит вытеснение с туристского рынка традиционных туристских предприятий с оффлайн-офисами, а преимуществ в конкурентной борьбе достигают те компании, которые наилучшим способом внедряют инновационные бизнес-модели для оказания туристских услуг потребителям

Например, в течение 2014-2015 гг. сектор туристских предприятий (турагенств) в регионах России сократился на 30%, а в период с 2015 по 2017 гг. количество турагентств в крупнейших городах страны сократилось еще на 18% [5].

Причиной изменения экономических отношений субъектов индустрии туризма является эволюция процесса создания ценности в условиях цифровизации. Трансформируется институциональная природа современного потребителя и происходит преобразование содержания создаваемой потребительской ценности и ее полезности.

С позиций экономической науки понятие «потребительская ценность» товара принято идентифицировать с дефинициями «стоимость» и «полезность». Классический подход к созданию «цепочки ценностей» предполагает создание потребительской ценности товара/услуги компанией для потребителя без его участия, данный подход в условиях цифровой экономики постепенно изживает себя, уступая место подходам на основе непрерывного взаимодействия.

Действительно, для обеспечения роста потребительской ценности товара в условиях цифровой среды становится больше возможностей. Создавать ценность теперь могут совместно и производитель, и потребитель. В действие вступает так называемая модель совместного создания потребительской стоимости. Примером практической реализации данной модели является платформа value orchestration platform - сервисная система, в которой происходит процесс совместного создания и взаимодействия клиентов и поставщиков для совместного создания новых ценностей.

Предпосылками реализации модели совместного создания потребительской стоимости являются:

- новый продукт создается индивидуализировано;
- новый продукт создается совместно с потребителями;
- накопленный потребителями индивидуальный и социальный опыт в отношении ресурсов, процессов и их результатов становится ядром создания ценности;

- потребитель и производитель находятся в состоянии непрерывной совместной работы в режиме реального времени;
- производитель осуществляет координацию всех бизнес-процессов;
- потребитель имеет возможность сравнивать риски и выгоды при создании продукта/услуги в условиях информационной прозрачности;
- выгоды от производственной деятельности распределяются между всеми участниками взаимодействия;
- происходит внутрикорпоративная консолидация и оптимизация взаимоотношений с контрагентами и потребителями.

Создаваемая таким образом ценностная кооперация в индустрии туризма реализуется через интерактивный диалог между потребителем туристского продукта и производителем туристских услуг (либо туристским предприятием) на каждом этапе цепочки создания стоимости. В модели совместного создания ценности появляется новый функциональный элемент - сообщество потребителей, объединяемых цифровой платформой, где осуществляется общение и обмен опытом. Сообщество потребителей теперь оказывает непосредственное влияние на поведение каждого потребителя туристского продукта, а производители туристских услуг и туристские предприятия утрачивают возможности контроля потребителей в процессе принятия решения о покупке.

Субъекты индустрии туризма в условиях цифровизации интегрируют ресурсы по-разному. Производители туристских услуг и туристские предприятия используют операционные платформы для интегрирования рыночных, индивидуальных и общественных ресурсов. Потребители туристского продукта для участия в совместном создании ценностей интегрируют индивидуальные ресурсы и ресурсы сообщества потребителей. В целом, такая модель создания потребительской ценности в индустрии туризма превращает потребителей в сопродюсеров туристского продукта и способствует улучшению их удовлетворенности конечным продуктом.

В условиях цифровизации происходит вытеснение части туристских предприятий с рынка [3]: 1) усиление влияния потребительского сообщества ослабляет каналы воздействия туристских предприятий на потребителя; 2) повышение значимости и самостоятельности потребителей в процессе создания ценности на фоне низкой адаптивности туристских предприятий; 3) низкий уровень цифровой оснащенности туристских предприятий наряду с повышением требований потребителя к цифровому контенту.

Выводы. Для того, чтобы сохранить конфигурацию экономических отношений субъектов индустрии туризма в условиях продолжающейся цифровизации, требуется пересмотр функциональной нагрузки туристских предприятий. Они должны перейти от выполнения роли посредника к выполнению роли генератора новых туристских идей на основе использования продвинутых цифровых технологий, адаптации предложений для клиентов и охвата всех этапов и каналов взаимодействия с потребителями.

Перспективы туристских предприятий связаны: с использованием системы динамического пакетирования в режиме реального времени, обеспечивающей безрисковую модель бизнеса; разработкой новых сервисов бронирования и платформ онлайн-сервисов для прямых продаж потребителям отдельных услуг и туристических пакетов с возможностью самостоятельного конструирования тура; применением решений на основе Big Data по прогнозированию спроса и управлению ценообразованием; виртуализацией туристических проектов; поддержанием онлайн-присутствия и продвижением услуг через социальные сети; внедрением мобильных приложений для туристов; цифровизацией самостоятельных туров посредством создания онлайн-школ начинающих путешественников; созданием в рамках социальных программ аффилированных структур, организующих деловые поездки и отдых сотрудников компаний; реализацией специализированных сервисных задач; организацией уникальных индивидуальных программ путешествия.

Библиографический список

1. Карпунина, Е. К. Экономическая безопасность регионов и новые цифровые горизонты / Е. К. Карпунина, Т. Г. Соболевская // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 4(52). – С. 136–148. – DOI 10.26456/2219-1453/2020.4.136-148.
2. Karpunina, E. K. The Challenges of Digitalization for Economic Relations of Tourism / E. K. Karpunina, Z. K. Tavbulatova, Y. V. Kuznetsov [et al] ; Edited by: M. L. Alpidovskaya, L. A. Karaseva, D. I. Mamagulashvili, A. V. Bogoviz, A. Krivtsov, De Gruyter // Industry 4.0. Implications for Management, Economics and Law. – 2021. – С. 31–47. – URL: <https://doi.org/10.1515/9783110654486> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Соболевская, Т. Г. Цифровизация – двигатель трансформации индустрии туризма в эпоху цифровых технологий // Маркетинг и логистика. – 2021. – № 3(35). – С. 59–67.
4. Соболевская, Т. Г. Цифровые технологии в индустрии туризма / Т. Г. Соболевская // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации : сборник научных трудов, Севастополь, 20–22 октября 2021 года. – Симферополь : Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2021. – С. 224–229.
5. Economic Impact Reports // World Travel & Tourism Council : [сайт]. – 2019. – URL: <https://www.wttc.org/-media/filesreports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 338.482.22

Роль информации в развитии современной сферы услуг туризма и гостеприимства

Петренко Никита Евгеньевич

доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг, кандидат экономических наук, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», г. Новосибирск

n.e.petrenko@edu.nsuem.ru

Попова Анна Анатольевна

преподаватель кафедры Бизнеса в сфере услуг, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», г. Новосибирск

a.a.porova@edu.nsuem.ru

Маневич Яна Викторовна

аспирант кафедры Бизнеса в сфере услуг, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», г. Новосибирск

y.v.manevich@edu.nsuem.ru

Аннотация. Глобальные тенденции всеобщей информатизации и цифровизации оказывают существенное воздействие на все отрасли российской экономики. В современных реалиях именно туризму отводится роль высоко информационной индустрии, способной обеспечить рост эффективности экономики. В статье показан вклад туристской информации в развитие сферы услуг туризма и гостеприимства. Определены ключевые свойства и направления туристской информации, приведена ее классификация. Обоснована роль Туристских информационных центров как основополагающих источников формирования информационных потоков.

Ключевые слова: туристская информация, сфера услуг туризма и гостеприимства, туризм, туристский информационный центр.

The role of information in the development of modern tourism and hospitality services

Petrenko Nikita

associate Professor of the Department of Business in the Service Sector, Candidate of Economic Sciences, Novosibirsk State University of Economics and Management «NINH», Novosibirsk

n.e.petrenko@edu.nsuem.ru

Popova Anna

*lecturer of the Department of Business in the Service sector, Novosibirsk State University
of Economics and Management «NINH», Novosibirsk
a.a.popova@edu.nsuem.ru*

Manevich Yana

*postgraduate student of the Department of Business in the Service sector, Novosibirsk State
University of Economics and Management «NINH», Novosibirsk
y.v.manevich@edu.nsuem.ru*

Annotation. Global trends of universal informatization and digitalization have a significant impact on all sectors of the Russian economy. In modern realities, it is tourism that plays the role of a highly information industry capable of ensuring the growth of economic efficiency. The article shows the contribution of tourist information to the development of tourism and hospitality services. The key properties and directions of tourist information are determined, its classification is given. The role of Tourist information centers as fundamental sources of information flows formation is substantiated.

Keywords: tourist information, tourism and hospitality services, tourism, tourist information center.

Все большее значение в развитии современной сферы услуг туризма и гостеприимства приобретает информация, представляющая собой сведения о различных сторонах туристской деятельности. Совершенствование информационного обеспечения туризма способствует не только повышению эффективности функционирования отрасли, но и повышения эффективности экономики в целом.

Теоретические исследования и текущая практика функционирования туризма, показывают, что именно туризм выступает одним из важнейших драйверов социально-экономического развития, обеспечивая конкурентоспособность турпродукта и туристских дестинаций на национальных и международных рынках [4]. При этом исключительную важность в обеспечении конкурентоспособности принимают вопросы состояния, содержания и обеспеченности туристской информацией.

Не требует доказательств тот факт, что сегодня повышается значение информации, она становится экономическим ресурсом первостепенной важности, ключевым фактором стратегического развития общества. Опыт показывает, что активизация и эффективное использование информационных ресурсов в туристской отрасли приводят к существенной экономии иных видов ресурсов (экономических, социальных, людских, времени и пр.). Кроме того, качество, полнота, доступность и достоверность информации предопределяет создание информационного комфорта, оказывающего непосредственное влияние на удовлетворенность и лояльность туристов.

Отрасль туризма – информационно насыщенная сфера предпринимательской активности, в которой ежедневный сбор, обработка, анализ, применение и передача информации крайне важны для ежедневного функционирования. Особенности туристских услуг, обуславливают процесс их заблаговременной покупки и, как правило, вдали от места потребления. В связи с чем, процессы организации туристской деятельности напрямую зависят как от визуализации информации, так и от средств коммуникации и ее передачи [3].

В соответствии с ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования, информация в туристской индустрии - это есть не что иное, как данные о туристских ресурсах, турпродуктах, услугах, событиях, природных явлениях, объектах и организациях туристской индустрии [1]. Указанная информация должна отвечать таким требованиям, как объективность, достоверность, точность, актуальность, полезность и формироваться в рамках туристской деятельности в разрезе трех базовых направлений (рисунок 1).



Рисунок 1 – Направления туристской информации [1]

Основываясь на представленных в государственном стандарте направлениях туристской информации, можно утверждать, что туристская информация включает в себя совокупность сведений, характеризующих различные стороны туристской деятельности, формирующихся на основе информационных потребностей туристов, предприятий сферы туризма и органов государственной власти. При этом активным потребителем и генератором туристской информации выступает исключительно турист. И именно информационные потоки выступают связующим звеном между всеми субъектами туристической деятельности.

Вопросы классификации туристской информации находят свое отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых, склоняющихся в большинстве случаев к делению информации по источникам формирования на внешнюю и внутреннюю, по способу представления информационного результата на техническое обеспечение, программное обеспечение, информационное обеспечение, организационное обеспечение, правовое обеспечение и эргономическое обеспечение.

Значительную роль в формировании внешней туристской информации играют субъекты региональной туристской инфраструктуры – Туристские информационные центры (ТИЦ), деятельность которых фокусируется на решении вопросов информационного обеспечения и обслуживания туристов [2].

Сибирский федеральный округ (СФО) включает более 20 Туристских информационных центров, сосредоточенных в городах или районах края, области. Туристские информационные центры активно ведут работу не только по информированию об туристских продуктах, объектах туристского показа и достопримечательностях, но также осуществляют деятельность по продвижению местных маршрутов и территории в целом. ТИЦ рассчитаны как на российских, так и иностранных туристов, в том числе туристов с ограниченными возможностями, что позволяет значительно увеличить туристский поток в регионы [6].

В условиях цифровизации ТИЦ вынуждены применять инновационные инструменты для информации туристов и жителей регионов, в частности созданы информационные путеводители в отдельных регионах, мобильные приложения, которые позволяют самостоятельно сформировать свой уникальный маршрут, узнать подробно о объектах культуры, достопримечательностях региона, получить ответы на интересующие вопросы и даже найти спутника в путешествии. Преимущества мобильных приложений как нового канала коммуникации с туристами сложно отрицать, так как он позволяет в современных условиях предоставить большой объем информации, осуществлять прямые продажи, привлечь широкий круг потенциальных туристов. Так, например, в мобильном приложении по Новосибирской области встроена «Карта гостя», которая предоставляет гостям города и региона получить скидку в средствах размещения, предприятиях питания и индустрии досуга и развлечений.

Следует отметить, что в 2022 г. ТИЦ Новосибирской области запустил новый Туристический портал, который используя современных информационные технологии, позволяет увидеть 3D-панораму региона, а также использовать аудиогиды по Новосибирску, Академгородку и просмотреть события и мероприятия региона и их локацию и многое другое. Очень интересным для многих туристов стал гастропутеводитель по Новосибирску, который познакомил гостей города с кухнями разных народов, а также с продукцией фермерских хозяйств.

В настоящее время во многих регионах ТИЦ является мощным инструментом, который координирует туристские потоки, формирует базу своих гидов, создает платформу для поиска туристами экскурсионных и прочих услуг. Так, например, Туристско-информационный центр Казани на своем сайте предлагает туры выходного дня и продолжительные, бронирование отелей, интерактив, разнообразные мастер-классы, развлечения, трансфер, услуги гидов, переводчиков, сопровождающих, а также интерактивную встречу туристов и обслуживание по уникальной программе. ТИЦ Крыма на своем сайте предлагает 3D-туры по Крыму (туристический маршрут «Малый Иерусалим», Ялта, Алушта, Коктебель, Новый Свет, Судак и др.), музеи в 3D (музей «Чехов и Крым», Крымский этнографический музей), инфографики («На заметку туристам: маршрут поезда Москва-Феодосия», «Собираемся в поход: как подготовиться к путешествию» и др.), лонгриды, маршруты, викторины, новости турбизнеса и др. ТИЦ Красноярского края для гостей и жителей города проводит автобусные и пешие экскурсии с интерактивной программой по неизвестному Красноярску и его окрестностям.

Таким образом, Туристский информационный центр представляет собой систему современной и удобной информационной поддержки для туристов и гостей региона. Сегодня туристские информационные центры формируются по аналогии с зарубежными ТИЦ, но на данный момент возникают сложности по адаптации зарубежных технологий в России с учетом специфики ведения туристического бизнеса и отсутствие правовой базы по их функционированию.

Библиографический список

1. ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования : межгосударственный стандарт : издание официальное : введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 26 марта 2014 г. № 229-ст : введен впервые : дата введения 2016-01-01. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200110998> (дата обращения 03.04.2023).

2. ГОСТ Р 56197-2014 (ИСО 14785:2014) Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 октября 2014 г. № 1457-ст : введен впервые : дата введения 2015-09-01. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200114181> (дата обращения 03.04.2023).

3. Информационное обеспечение туризма : учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов, А. Д. Чудновский [и др.]. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
4. Нюренбергер, Л. Б. Рекреология и рекреационные системы : учебное пособие / Л. Б. Нюренбергер, Н. Н. Егорова, И. М. Карицкая. – Кемерово : Кузбасский гос. технический ун-т, 2010. – 285 с.
5. Нюренбергер, Л. Б. Современные тенденции формирования экономических структур и особенности стратегического управления фирмой / Л. Б. Нюренбергер, А. Е. Архипов, Е. А. Карулева // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 1 (25). – С. 144–146.
6. Организация туристской деятельности на региональном рынке : учебное пособие / А. В. Курнявкин, О. В. Леушина, Н. А. Лучина [и др.]. – Москва : Издательство «КноРус», 2020. – 146 с.
7. Подходы к управлению устойчивым социально-экономическим развитием региона : монография / А. В. Глотко, С. П. Киселев, Л. Б. Нюренбергер [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2022. – 134 с.

УДК 519.86

Моделирование транспортного потока на перекрестке с крестообразным движением в туристический сезон

Губкина Елена Владимировна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
кандидат физико-математических наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск
helenvl@bk.ru*

Меркулов Денис Игоревич

*студент, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
sibiryakdima505@gmail.com*

Феоктистов Владислав Сергеевич

*студент, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
vlad2000feoktistov@mail.ru*

Аннотация. Целью данной работы является разработка имитационной модели транспортного потока на перекрестке г. Горно-Алтайска. Выбор оптимального времени для работы цикла светофора. Построенная модель является актуальной для моделирования движения в туристический сезон, т.к. по данной дороге проходит один из маршрутов движения транспорта в сторону Турачакского района Республики Алтай.

Ключевые слова: имитационное моделирование, перекресток, дорожное движение, туризм, AnyLogic.

Simulation of traffic flow at an intersection with a cross-shaped traffic in the tourist season

Gubkina Elena

*associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai*

Merkulov Denis

*student, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
sibiryakdima505@gmail.com*

Feoktistov Vladislav

*student, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
vlad2000feoktistov@mail.ru*

Annotation. The purpose of this work is to develop a simulation model of the traffic flow at the intersection of Gorno-Altaysk. Choosing the optimal time for the operation of the traffic light cycle. The constructed model is relevant for modeling traffic during the tourist season, because one of the routes of traffic in the direction of the Turachak district of the Altai Republic passes along this road.

Keywords: simulation modeling, intersection, traffic, tourism, AnyLogic.

1. Введение

Республика Алтай является одной из быстро развивающихся туристических регионов Российской Федерации. По статистическим данным Республику Алтай в прошлом году посетило около миллиона туристов Республика Алтай, граничит с Кемеровской областью, Алтайским краем, Республиками Тува и Хакасия, а также Монголией, Казахстаном и Китаем. Главной трассой Республики Алтай является Чуйский тракт, начинается она в Новосибирске и проходит через весь регион до границы с Монголией. Основными достопримечательностями республики являются природные объекты, которые находятся далеко друг от друга. Соответственно, основным видом транспорта для путешествий по республике является автомобиль. Природные памятники расположены вдоль Чуйского тракта и интенсивность движения по данной трассе является очень высокой в выходные дни и в туристические сезоны. Еще одним из привлекательных природных памятников является Телецкое озеро. Оно расположено в Турачакском районе и является вторым по величине пресным озером в Российской Федерации. Благодаря озеру зима в Турачакском районе снежная и мягкая, а лето теплое и влажное [1]. Таким образом, Турачакский район является благоприятным районом для летнего и зимнего туризма. Данный район является самым северным районом республики и добраться до этого места можно только на автомобиле.

Доехать до Турачакского района минуя город невозможно. Туристы могут построить свой маршрут движения от автовокзала по городу только двумя маршрутами. Первый маршрут: по улице Чороса-Гуркина до старого центра и далее по улице Социалистической до выезда из города или второй - по центру города, по проспекту Коммунистическому до перекрестка на остановке «ТЦ Ткацкий», далее по улице Ленина до старого центра, а далее маршрут такой же как и в первом случае.

Проблема организации движения транспорта в городе является одной из самых актуальных проблем современного мира. Количество автомобилей увеличивается с каждым годом, что приводит к увеличению интенсивности движения. В туристический сезон нагрузка на транспортную сеть города возрастает в несколько раз. Соответственно, увеличивается количество дорожно-транспортных происшествий, возникают проблемы с организацией движения на дорогах. Пробки на дорогах в настоящее время являются проблемой даже для маленьких городов. В черте города, застройка является очень плотной, и это не позволяет добавить дополнительные полосы движения, чтобы разгрузить трассу. Таким образом, проблему заторов на дорогах можно решить только при помощи эффективного регулирования пропускной способности транспортной системы. Рассмотрим, как повысить эффективную пропускную способность одного из перекрестков города, например, при помощи переключения светофоров.

2. Моделирование перекрестка с использованием системы AnyLogic

Современные ИС позволяют автоматизировать процесс настройки светофоров города, но для того чтобы выбрать оптимальное время световых фаз, его нужно вычислить. Одним из наиболее сложных объектов моделирования движения транспорта является перекресток. Нами будет рассмотрен крестообразный перекресток, который регулируется светофором. Наиболее существенными факторами, которые влияют на движение на перекрестке являются: количество полос движения и интенсивность движения.

Для того, чтобы выяснить время световых фаз светофора можно поставить реальный эксперимент на дороге, но это невозможно. На современном этапе развития ИКТ и ВТ для расчетов параметров эффективности системы используют имитационное моделирование.

Имитационная модель - компьютерная программа, которая описывает структуру системы и ее поведение во времени. Компьютерное моделирование позволяет построить и визуализировать модели поведения системы в времени. Имитационное моделирование - разработка компьютерных моделей и постановка экспериментов на них [3]. Конечной целью моделирования является принятие эффективных управленческих решений.

Система AnyLogic является отечественной системой для построения и исследования имитационных моделей. Использование AnyLogic доступно для начинающих пользователей благодаря удобному пользовательскому интерфейсу и многочисленным средствам разработки моделей.

Объектом исследования выбран крестообразный, регулируемый светофором перекресток г. Горно-Алтайска, расположенный на пересечении улиц Ленина и Ленкина и проспекта Коммунистический. Данный перекресток находится в одном из самых активных районов города. Здесь расположены несколько торговых центров, физкультурно-оздоровительный диспансер, университет, школа и детский садик. Через этот перекресток проходит дорога, ведущая в сторону Турачакского района, который является зоной активного туризма и отдыха горожан и гостей города. На данном участке транспортной сети всегда очень интенсивное движение, из-за чего здесь возникают ДДП и пробки. Схема данного перекрестка представлена на рисунке 1.

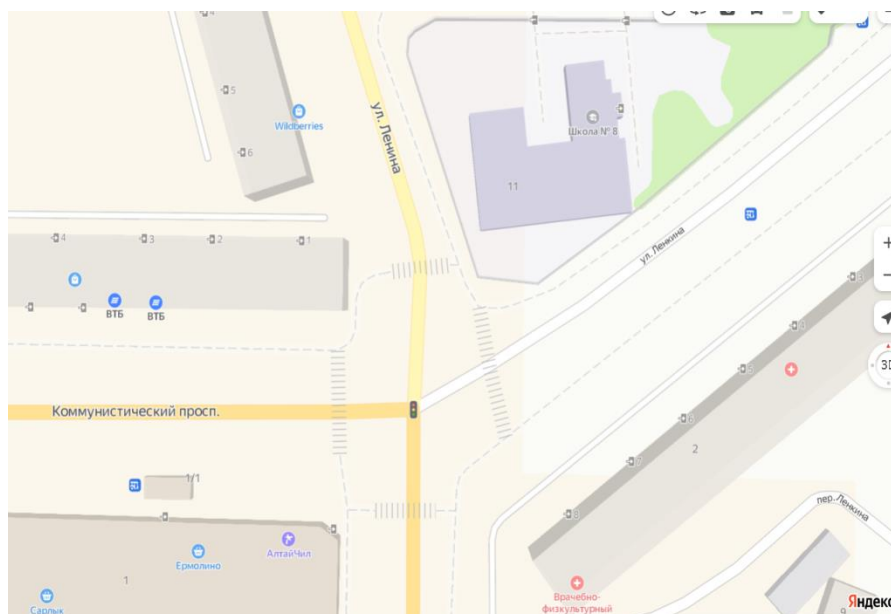


Рисунок 1 – Схема перекрестка

Для построения модели мы использовали следующие статистические данные: количество транспорта и пешеходов, движущихся по разным направлениям, скорость движения транспорта и светофорный цикл. Количество транспорта и пешеходов было посчитано с помощью наблюдения. В работе мы не приводим статистические данные, на основе которых была построена модель.

Построение имитационной модели перекрестка можно разбить на два этапа: разработка графической и агентной частей модели. Результат разработки графической части представлен на рисунке 2. Для ее построения использовались библиотеки дорожного движения и презентация.

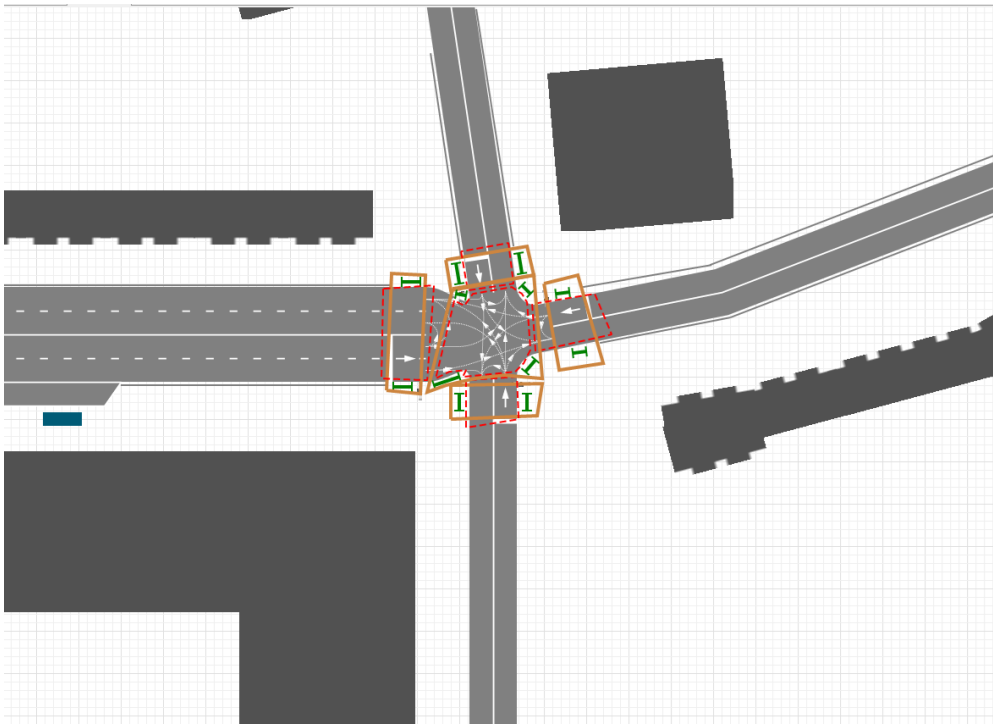


Рисунок 2 – Графическая часть модели

Агентная часть - это построение диаграммы процесса, описывающего логику движения агентов с использованием встроенных библиотек. Результат разработки агентной части модели представлен на рисунке 3.

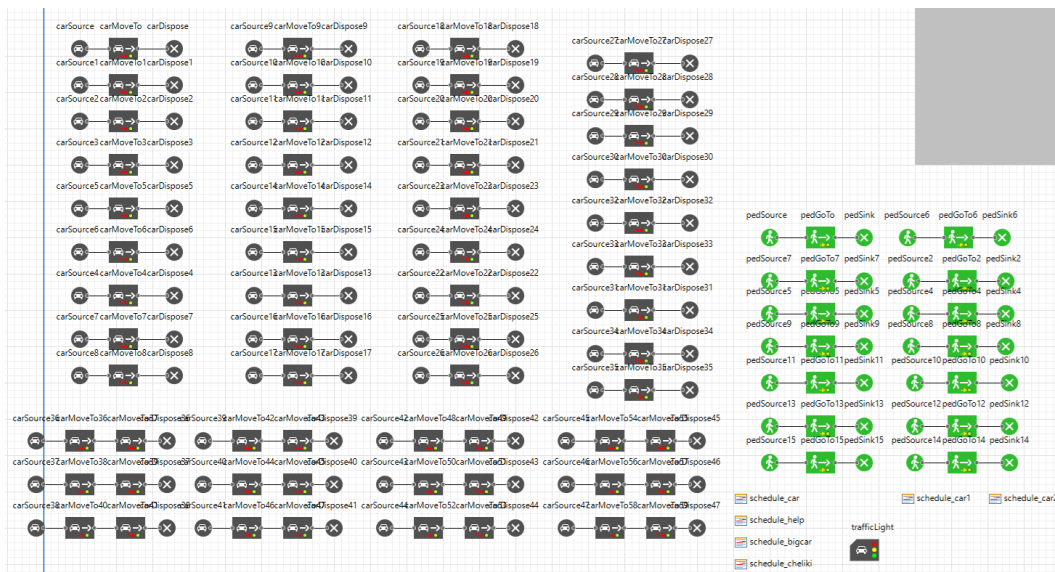


Рисунок 3 – Агентная часть модели

На рисунке 4 представлены свойства для пешеходного светофора. Данные свойства светофора являются оптимальными для пешеходов.

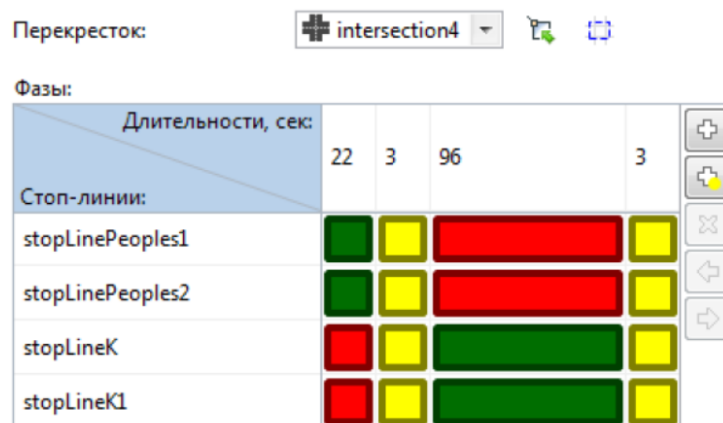


Рисунок 4 – Свойство светофора

При проведении эксперимента задаются различные настройки модели, выполняется ее отладка и тестирование.

В ходе испытания модели было проведено несколько экспериментов по настройке свойств светофоров.

Таблица 1 – Испытание модели.

Испытание	Результат	Причина испытания
1. Направление ул. Ленина. Увеличение красного светофорного цикла от 40 до 45 секунд.	Пропускная способность перекрестка увеличивается т.к. дорога главная	На данном участке интенсивное движение, т.к. дорога главная
2. Направление Коммунистический-Ленкина Увеличение красного светофорного цикла для транспорта от 35 до 45 секунд.	Увеличение длинны очереди машин по главному направлению движения	На данном участке интенсивное движение, т.к. дорога главная
3. Увеличение зеленого светофорного цикла для пешеходов. Движение через перекресток полностью закрывается для транспорта от 20 до 22 секунд	Увеличение длинны очереди по главному направлению движения и в направлении движения по ул. Ленина, в сторону старого центра.	На данном участке проходит большое количество пешеходов. Пешеходы не успевают перейти данный участок.

По результатам экспериментов можно сделать вывод, что положительный эффект для пешеходов дает испытание 3. Пешеходы любого возраста могут спокойно перейти перекресток, но для транспорта может возникнуть небольшая «пробка». Для повышения пропускной способности перекрестка для транспорта оптимальной является схема 1. В ходе проведения модельных экспериментов также были смоделированы схемы, в которых перекресток перекрывался только в одном из направлений. Такие схемы приводили к тому, что резко падала безопасность пешеходов. Построенная модель может быть использована для моделирования движения транспорта в туристический сезон, т.к. по данной дороге проходит один из маршрутов движения транспорта в сторону Турачакского района Республики Алтай.

Библиографический список

1. Маринин, А. М. Физическая география Горного Алтая : Учеб. пособие по спецкурсу / А. М. Маринин, Г. С. Самойлова. – Барнаул : Барнаул. гос. пед. ин-т, 1987. – 109 с.

2. Лимановская, О. В. Имитационное моделирование в AnyLogic 7. В 2 ч., ч. 1 : учебное пособие / О. В. Лимановская. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 152 с.
3. Эльберг, М. С. Имитационное моделирование : учеб. пособие / М. С. Эльберг, Н. С. Цыганков. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. – 128 с.
4. О Правилах дорожного движения Российской Федерации : постановление Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2709/824c911000b3626674abf3ad6e38a6f04b8a7428/ (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 338.48

**Информационные технологии в управленческих решениях
туристского предприятия**

Поп Екатерина Николаевна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
кандидат экономических наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
popkaterina1333@gmail.com*

Насырова Виктория Владимировна

*студентка экономико-юридического факультета, направление подготовки «Туризм»,
профиль «Менеджмент туризма», Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск
830-08@edu.gasu.ru*

Аннотация. Развитие сферы туризма в современных условиях напрямую зависит от максимального использования различных информационных технологий. Это способствует организованности деятельности турфирмы, повышению ее результативности и удовлетворенности клиентов. В статье проводится анализ инвестиционной деятельности в сфере туризма в Республике Алтай, дана характеристика основных показателей развития сферы туризма в регионе, определены инвестиционные проекты, реализуемые в сфере туризма, выявлены факторы, оказывающие положительное и сдерживающее влияние на инвестиционные процессы в сфере туризма региона.

Ключевые слова: информационные технологии, туризм, управленческие решения, принципы управленческих решений, Республика Алтай.

Information technologies in management decisions tourist enterprise

Pop Ekaterina

*Associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Gorno-Altai State University,
Gorno-Altaiisk
popkaterina1333@gmail.com*

Nasyrova Victoria

*student of the Faculty of Economics and Law, field of study «Tourism», profile «Tourism
Management», Gorno-Altai State University,
Gorno-Altaiisk
830-08@edu.gasu.ru*

Annotation. The development of tourism in modern conditions directly depends on the maximum use of various information technologies. This contributes to the organization of the travel agency's activities, increasing its effectiveness and customer satisfaction. The article analyzes the investment activity in the tourism sector in the Altai Republic, describes the main indicators of the development of tourism in the region, identifies investment projects implemented in the tourism

sector, identifies factors that have a positive and constraining effect on investment processes in the tourism sector of the region.

Keywords: information technologies, tourism, management decisions, principles of management decisions, Altai Republic.

Управленческое решение это – творческий процесс с организацией анализа деятельности фирмы и использовании метода, которые способствуют выбору руководителем наилучшего варианта решения проблемы среди альтернатив. Данное решение должно благоприятно влиять на фирму и если нести потери, то минимальные. Для выполнения этого условия важным становится наличие альтернатив.

Как правило, количество возможных альтернативных вариантов ограничено, в связи с этим используется апробированный алгоритм принятия решений. Данный вид решений называют – программируемые решения, к данному виду относят определенные типы рутинных задач. Если при принятии программируемых решений используются математические методы, то их также можно отнести к формализованным решениям.

Непрограммируемые решения принимаются в ситуациях, которые являются новыми, слабо изученными и предполагают учет неизвестных фактов. Сюда относят творческие и уникальные решения.

При принятии управленческого решения руководить, как правило, основывается на определенно принципе принятия управленческого решения. Выбор руководителем принципа зависит от двух переменных:

Срочность принятия решения – низкая срочность (когда достаточно времени для принятия решения) и высокая (когда решение нужно принять сейчас);

Серьезность решения и его влияние на будущее организации – от тех решений, которые не имеют большого влияния, и до серьезных, которые имеют огромное влияние.

Информационные технологии не остаются безучастными и в принятии управленческих решений на предприятиях сферы туризма, тем самым улучшая сбор данных и их последующий анализ, которые помогают управленцам в принятии тех или иных решений, которые либо ликвидируют все риски, либо их минимизируют, что позволит предприятию понести меньшие потери.

Информационная система может создавать оперативные и перспективные планы работы организации, документы и отчеты для передачи в контролирующие органы, периодические отчеты о состоянии дел, отчеты, связанные с получением ответов на различные текущие запросы. Отчеты могут создаваться по запросу или периодически в конце каждого месяца, квартала или года, они могут быть представлены на экране или сформированы в виде бумажного документа.

После сбора информации, нужно прийти к обработке данных, в чем также помогают информационные технологии и информационные системы. К обработке данных можно отнести технологии, построенные на анализе данных, которые стали актуальны в последние годы.

Технология обработки сырых данных называется Data Mining (переводится как «добыча» или «раскопка данных»). Ниже приведено определение технологии, данное одним из ее родоначальников, Григорием Пятецким-Шапиро.

Data Mining — это процесс обнаружения в сырых данных ранее неизвестных, нетривиальных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений в различных сферах человеческой деятельности [1].

Основное предназначение технологии Data Mining — поиск неочевидных закономерностей. Ее инструменты могут находить такие закономерности самостоятельно и также самостоятельно строить гипотезы о взаимосвязях. Последнее можно считать преимуществом этой технологии. Однако следует заметить, что технология Data Mining никак не заменяет деятельность аналитиков, а служит лишь инструментом поддержки.

Не менее важной процедурой при работе с данными является поиск. Цель поиска — с использованием доступных средств найти требуемые данные или информацию.

Информационный поиск — выполнение определенных логических и технических операций, необходимых для нахождения информационных материалов (документов, сведений о них, фактов, данных и знаний), наиболее полно отвечающих запросу (критерию релевантности) и информационным потребностям (критерию приоритетности) потребителя [2].

В компьютерных системах для поиска и хранения информации используют специальные компьютерные программы, с помощью которых создают, хранят, обновляют информацию в электронных базах, банках и хранилищах данных, а также проводят поиск информации. Самые известные поисковые системы Интернета — это отечественные системы Яндекс, Рамблер, @mail.ru и зарубежные системы Google, Yahoo, Bing.

Последняя важная из информационных технологий — технология передачи данных. Передача данных (информации и знаний) — это процесс их распространения среди пользователей путем применения средств и систем коммуникации.

Информационная технология представляет собой процесс, который использует различные методы и средства осуществления процессов сбора, регистрации, передачи, накопления и обработки информации на основе программно-аппаратного обеспечения разработки и принятия управленческих решений. Использование автоматизированных информационных технологий позволяет собирать новую информацию путем переработки первичных данных, вследствие чего и находятся оптимальные управленческие решения [3].

Использование в процессе управленческой деятельности различного вида информационных систем позволяет в кратчайшие сроки и с минимальными затратами труда и времени собирать, обрабатывать и анализировать имеющуюся информацию, значительно облегчать разработку и принятие на ее основе обоснованных управленческих решений, поэтому их использование положительно сказывается на работе любого предприятия [4].

В зависимости от назначения и предоставляемых пользователю, в нашем случае лицу, принимающему решение (руководителю), возможностей выделяют три типа информационных технологий поддержки реализации и принятия управленческих решений: системы поддержки принятия решений (СППР); экспертные системы (ЭС); автоматизированные системы экспертного оценивания (АСЭО) и системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).

Система поддержки принятия решений (СППР) (англ. Decision Support System, DSS) — это интерактивная компьютерная система, целью которой является информационная поддержка ЛПР путем простого доступа к моделям и информации, используемым для разработки множества альтернатив и принятия эффективного управленческого решения [5].

В целом, СППР решает две основные задачи: оптимизация, то есть возможность выбора наилучшего решения из множества альтернатив по определенным заказчиком критериям, и ранжирование, заключающееся в упорядочении по предпочтительности возможных решений. СППР как комплекс программных и инструментальных средств состоит из приобретаемых программных продуктов и собственных разработок компании.

В качестве основной области применения СППР выступают нестандартные ситуации, слабоструктурированные проблемы и решения, результаты которых оцениваются по совокупности одновременно рассматриваемых критериев.

Экспертная система (ЭС) (англ. expert system) — это компьютерная система, моделирующая и имитирующая рассуждения человека-эксперта при принятии управленческого решения в конкретно определенной предметной области по узкому вопросу.

В то время, как представленные выше технологии направлены на сбор и информационную поддержку для лица принимающего решения, следующий вид технологий направлен на работу с клиентами, а именно сбор, анализ, взаимодействие с клиентами и формирование отчетности, что так важно для предприятий индустрии туризма.

CRM-система (англ. Customer Relationship Management), система управления с клиентами автоматизирует продажи, маркетинг, аналитику, базы данных и все, что способно предоставить предприятие.

В CRM-системе находятся база клиентов предприятия, в которой может отображаться вся представленная клиентами информация: от контактных данных до истории покупок. Есть возможность сегментировать категории клиентов, устанавливать напоминания, анализировать продажи и отслеживать все этапы сделки. При интеграции со сторонними сервисами появляются дополнительные возможности: отправка писем клиентам или, например, звонки прямо из CRM. Можно собирать все заявки от клиентов с сайта в одном месте и благодаря системе напоминаний не терять ни одной. Благодаря автоматизированной возможности вести базу клиентов, историю их покупок и запросов проще совершать повторные продажи. Это хороший инструмент для увеличения общей прибыли, получаемой с одного клиента.

В едином государственном реестре туроператоров, по состоянию на апрель 2023 года в Республике Алтай зарегистрирован 36 туроператоров. Один из них ООО «Алтай-Актив-Тур» (реестровый номер туроператора РТО 021334 [6]), который занимает высокую долю по общему объему туров. Несмотря на то, что ООО «Алтай-Актив-Тур» официально зарегистрирован в 2007 году, история предприятия начинается с 2002 года.

ООО «Алтай-Актив-Тур» использует как прямые продажи своих туров, так и агентские. Кроме агентских продаж, тур можно приобрести через официальный сайт туроператора, где его можно также оплатить online. За 2022 год предприятием было реализовано 2239 турпакетов. Остальные туры были реализованы корпоративным клиентам и сотрудникам предприятия.

Руководителем предприятия ООО «Алтай-Актив-Тур» используются почти все принципы принятия управленческих решений, такие как авторитарный, принцип совместного участия, демократический.

Данные принципы позволяют руководителю получить обратную связь от сотрудников. В последнее время руководитель данного предприятия активно использует данные принципы, в подтверждение тому, является недавнее введение мероприятия «Чай с боссом», данный вид мероприятия направлен на открытое общение сотрудников с руководителем. Помимо прочего, таким образом руководитель может услышать разные точки зрения, систематизировать информацию и принять те управленческие решения, которые положительно скажутся на деятельности компании.

В офисе ООО «Алтай-Актив-Тур» имеются такие информационные технологии, как электронно-вычислительные машины – компьютер, на которых установлены лицензионные программные обеспечения, помогающие выполнять основные задачи и являются главным инструментом в работе предприятия, а также смартфоны, которые помогают оперативной связи.

Основные ПО или информационные системы, которыми пользуются в офисе ООО «Алтай-Актив-Тур»: Microsoft Office и Google Docs Editors. Данные ПО позволяют создавать текстовые файлы и презентации. Оба этих приложения похожи по интерфейсу и общему виду. Главное различие данных ПО – первый набор приложений для работы на персональном компьютере, используемый при создании текстовых файлов, презентаций, не требующий подключения к сети интернет, а второе ПО является веб-пакетом приложений, который помогает обмениваться разными типами файлов по ссылкам и просматривать их без скачивания на персональный компьютер.

Большая часть информации предприятия хранится, как на персональных компьютерах, так и на облачных хранилищах, таких как Yandex Disk. Данное облачное хранилище бесплатно может вместить в себя 10 ГБ памяти, при желании есть возможность приобрести дополнительное место в хранилище. Также Yandex Disk, позволяет просматривать файлы в папках всем, кому пользователь предоставит ссылку для просмотра, либо редактирования. Разработчики берут на себя сохранность, содержащийся в хранилище информации.

Также особое внимание следует уделить внутренней системе бронирования и клиентской базой. Клиенты могут формировать пакет документов, через личный кабинет на самом сайте, либо прибегнуть к помощи менеджера и оформить тур через любой удобный им мессенджер (WhatsApp, Telegram) или социальную сеть (VK), но информация о данных клиентах все равно будет зарегистрирована во внутренней системе сайта и при желании клиент сможет получить свой персональный логин и пароль от личного кабинета и самостоятельно формировать свои туры.

Из плюсов сайта, является, непосредственно, встроенная система бронирования, что является удобным как для потребителей, так и для администраторов сайта и менеджеров. «Горячие кнопки» на сайте, позволяющие перейти на социальные сети или почту, для тех потребителей, которым удобнее вести переписку и общаться в чатах. Также следует отметить навигацию сайта – на сайте легко ориентироваться по вкладкам и найти ту информацию, которая интересует. Помимо прочего на сайте присутствует календарь туров, что может помочь клиентам

Не так давно представленная фирма подключилась к одной из самых популярных CRM-систем (системе управления и работы с клиентами) – битрикс24. Данная система позволяет объединить в себе сайт с внутренней системой бронирования, почту, социальные сети и т.д. Также данная система сохраняет все сделки с любых каналов продажи - тур агенты, туроператоры. Битрикс сохраняет все истории сделок от того от куда пришел клиент, какие вопросы он задавал, что ему отвечал менеджер и т.п. Данная система позволяет работать директору и менеджерам с мобильного телефона – отвечать на звонки и сообщения, осуществлять рассылки. Данная система распределяет всех клиентов между менеджерами, что позволяет минимизировать риск работы разных менеджеров с одним клиентом. Также система создает отчеты и воронку продаж, можно в режиме реального времени посмотреть какие сделки в работе, сколько клиентов было упущено, какой доход получила компания. Битрикс24 может организовать повторные продажи – данная система создает повторные сделки по выбранным сегментам и ставит задачи перед менеджером, менеджеру остается только связаться с клиентом и предложить товар ему.

Преимущества данной системы, которыми пользуется офис ООО «Алтай-Актив-Тур»: рассылка в личные сообщения потребителям туристского продукта, которые ранее покупали туры на Алтай; формирование заявок на новые туры; Объединение сайта с внутренней системой бронирования, личные продажи и данной системы, позволяет все хранить в одном месте; формирование новых предложений клиентам, которые ранее обращались к турфирме.

Также одно из важнейших преимуществ данной системы интегрированный в нее комплекс КРІ, которая позволяет рассчитывать все показатели, которые требуются для оценки эффективности сотрудников. Данное преимущество Битрик-24 важно для офиса ООО «Алтай-Актив-Тур», так как ассортимент туристских продуктов данной фирмы увеличивается, также и увеличивается количество сотрудников и для грамотной работы компании, руководителю необходимо отслеживать работу сотрудников для принятия в будущем обоснованных управленческих решений, например, разработке эффективной системы мотивации и грамотно распределять нагрузку среди менеджеров предприятия.

У данной системы множество преимуществ, но данный потенциал CRM-системы используется предприятием не полностью

Таким образом, можно сделать вывод, что ООО «Алтай-Актив-Тур» активно пользуется информационными технологиями не только в разработке туристского продукта и его продвижения, но и связью с клиентами и формированию новых продаж. А использование сайта с внутренней системой бронирования и его интеграцией в CRM-систему битрикс 24 позволяет снять рутинные задачи с менеджеров предприятия и формировать для них новые задания по работе с клиентами.

Библиографический список

1. Барсегян, А. А. Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining / А. А. Барсегян, М. С. Куприянов, В. В. Степаненко, И. И. Холод. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2004. – 336 с.
2. Ланкастер, Ф. У. Информационно-поисковые системы / Ф. У. Ланкастер. – Москва, 1992. – 58 с.
3. Фатхутдинов, Р. А. Разработка управленческого решения. – Москва : «Интел-синтез», 2010. – 98 с.
4. Шамрай, А. С. Информационные технологии, используемые для принятия управленческих решений на предприятиях / А. С. Шамрай // Концепт – 2015. – № 06. – С. 1–7.
5. Параскевов, А. В. Предпосылки разработки адаптивной системы поддержки принятия оперативных решений в управлении IT-проектами / А. В. Параскевов, Ю. Н. Пенкина // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – № 112 (08). – С. 45.
6. Единый федеральный реестр туроператоров // Ростуризм : [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/reestr/reestr-turoperatorov/> (дата обращения: 01.04.2023).

УДК:338.48

**Разработка информационной системы по организации деятельности
Комитета по охране, использованию и воспроизводству объектов животного мира
Республики Алтай**

Паштаков Тордьын Николаевич

*студент 4 курса, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
tordin27@gmail.com*

Петрова Елена Алексеевна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики, к.э.н., доцент
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
consaltpetrowa@ya.ru*

Аннотация. В данной статье мы постарались подробно раскрыть значимость и необходимость разработки информационной системы по административным правонарушениям охотников на территории Республики Алтай для Комитета по охране, использованию и воспроизводству объектов животного мира Республики Алтай (далее – Комитет).

Ключевые слова: комитет, административное правонарушение, информационная система, разработка.

**Development of an information system for the organization of activities
Committee for the Protection, Use and Reproduction of Fauna of the Republic of Altai**

Pashtakov Tordyn

*4th year student, Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk
tordin27@gmail.com*

Petrova Elena

*Associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics, Ph.D.,
Associate Professor, Gorno-Altai State University, Gorno-Altaiisk
consaltpetrowa@ya.ru*

Annotation. In this article, we tried to reveal in detail the importance and necessity of developing an information system on administrative offenses of hunters in the Altai Republic for the Committee for the Protection, Use and Reproduction of Wildlife Objects of the Altai Republic (hereinafter referred to as the Committee).

Key words: committee, administrative offense, information system, development.

Информационная система Комитета предназначена для автоматизации деятельности организации осуществляющая функции по обработке, проверке данных, рассмотрению дел о правонарушениях, внесение сведений и вынесение постановления.

В ходе производственной практики был получен опыт работы в данной организации, изучена ее организационная структура и технико-экономические показатели, выявлены узкие места, требующие создания новой информационной системы.

Комитет охраны животного мира Республики Алтай является исполнительным органом государственной власти Республики Алтай, осуществляющим функции по реализации государственной политики в области охоты и сохранения охотничьих ресурсов, в том числе по переданным отдельным полномочиям Российской Федерации в области охоты и сохранения охотничьих ресурсов, в области охраны и использования объектов животного мира и среды их обитания [1].

Комитет оказывает массовые социально-значимые услуги, одной из которых является выдача разрешений на добычу охотничьих ресурсов. Помимо социально-значимых услуг присутствует бумажный документооборот. Внедрение системы позволит оптимизировать работу с клиентами и настроить электронный документооборот внутри Комитета.

В Комитете не имеется большой численности сотрудников, а также отсутствует многозадачность плане профильной направленности ведомства. Основной задачей работы является оптимизация деятельности двух отделов и связки их между собой.

Помимо массового обращения за массово-значимыми социальными услугами путем личного обращения, обработки заявок на платформе государственных сервисов, есть необходимость обработки и рассмотрения сведений о правонарушениях и вынесение постановления.

На данный момент комитет использует такой программный продукт как MS Excel 2016, где вручную сотрудники вводят необходимые данные. Это достаточно неэффективно по времени, на внесение данных и их обработку отводится большое количество времени. А также есть вероятность потерять нужные данные из-за сбоев программы. В том числе программа не осуществляет создание отчетов нужной структуры, сотруднику приходится вручную создавать отчеты и тратить большое количество времени на сбор данных по отчету.

Рассмотрев текущую работу в комитете, можно сделать вывод о том, что организация нуждается в новой информационной системе, которая бы смогла отвечать всем требованиям и желаниям сотрудников.

Необходимость разработки обусловлена:

–обеспечение доступа к данным Комитета: сведения об охотниках (персональные данные, данные о дате выдачи и сроках лицензий), виды правонарушений, должностные лица;

–помощь в организации документации и отчетности Комитета по вынесению постановления;

–составление отчетов и иных документов определенной формы.

Цели достигаются посредством решения задач автоматизации производства:

- создание информационной системы с персональным доступом к данным;
- создание базы данных.

Создание информационной системы делится на следующие семь стадий:

1. Исследование и обоснование создания системы;
2. Разработка технического задания;
3. Разработка проектной документации;
4. Создание эскизного проекта;
5. Рабочее проектирование;
6. Ввод в действие;
7. Сопровождение и модернизация.

Этапы разработки:

- 1) Исследование и обоснование создания ИС;
- 2) Разработка технического задания;
- 3) Создание эскизного проекта;
- 4) Рабочее проектирование;
- 5) Ввод в действие.

Созданная информационная база должна содержать следующие данные охотников, зарегистрированных на территории Республики Алтай:

- Персональные данные охотников;
- Сведения о действии охотничьих билетов;
- Сведения о правонарушениях;
- Сведения об оплате штрафов.

На начальных этапах создания АИС необходимо понять, как работает организация, которую собираются автоматизировать. Для описания работы предприятия необходимо построить модель. Такая модель должна быть адекватна предметной области; следовательно, она должна содержать в себе знания всех участников бизнес-процессов организации.

Наиболее удобным языком моделирования бизнес-процессов является IDEF0.

На основании, полученного в ходе обследования предприятия, описания предметной области была построена функциональная модель бизнес процесса «Административные правонарушения охотников на территории РА», представленная на рисунках 1 и 2.

В качестве исходных данных используются сведения о правонарушении, сведения об охотниках, сведения об открытых охотничьих угодьях и сведения об особо охраняемых природных ресурсах.

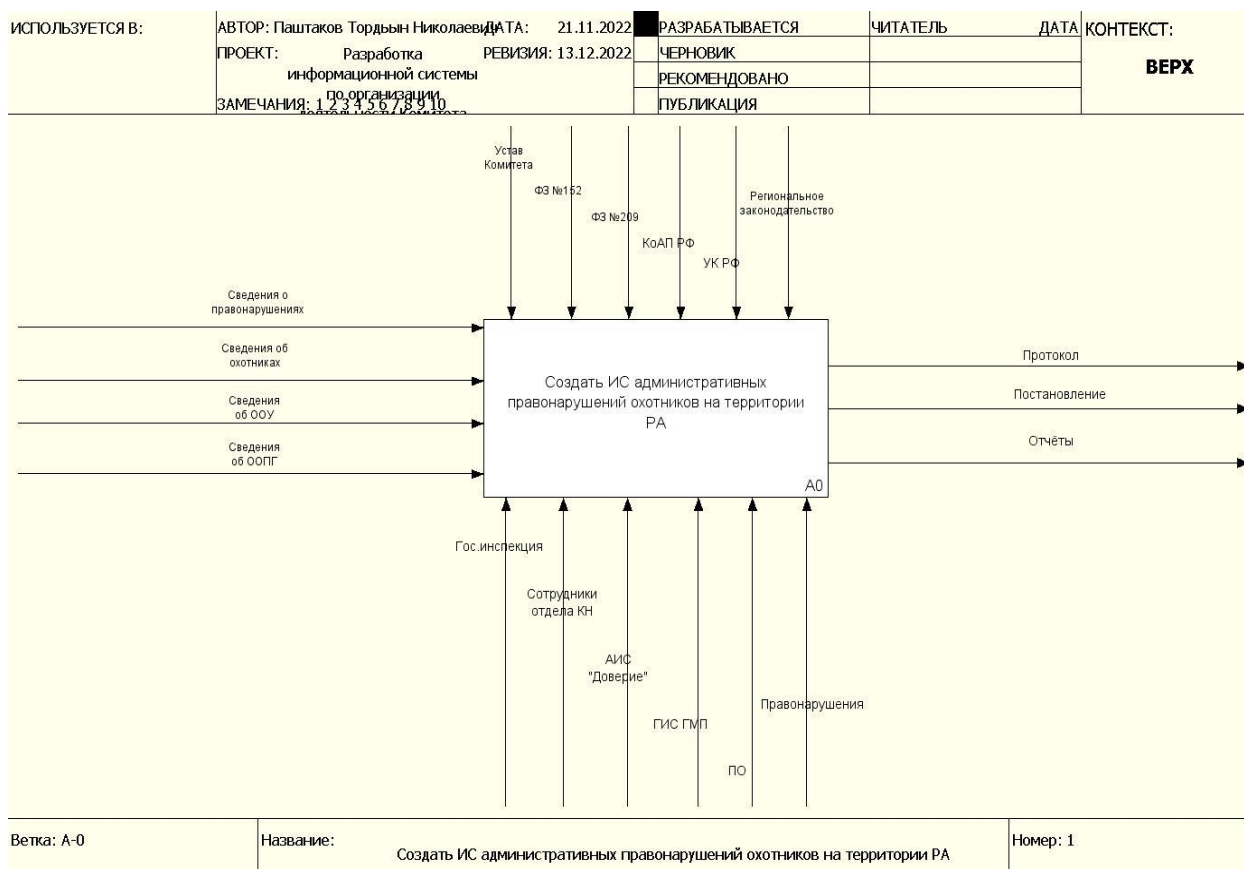


Рисунок 1 – Контекстная диаграмма IDEF0

Управляющей информацией являются: Устав комитета, Региональное законодательство, Федеральный охотничий контроль (надзор), Уголовный кодекс

Российской Федерации, Кодекс об административных правонарушениях РФ, Федеральные законы от 27 июня 2006 № 152 о персональных данных, от 24 июля 2009 №209 «Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Исполнителями данной технологической операции являются: сотрудники отдела контроля и надзора, использующие различные информационные технологии (персональный компьютер, объединенный общей сетью, программные средство – продукты фирмы Microsoft, периферийные устройства ввода и вывода); софт используемые сотрудниками: АИС «Доверие» (информационная система взаимодействия исполнительных органов государственной власти и органов местного самоуправления Республики Алтай), Государственная информационная система о государственных и муниципальных платежах, РСЭД (Региональная система электронного документооборота), ССТУ РФ (портал, предназначенный для работы в системе личного приема граждан), «Инцидент менеджмент» (система мониторинга, отслеживание негативных отзывов в социальных сетях).

Выходящей информацией являются: протокол, постановления и отчёты.

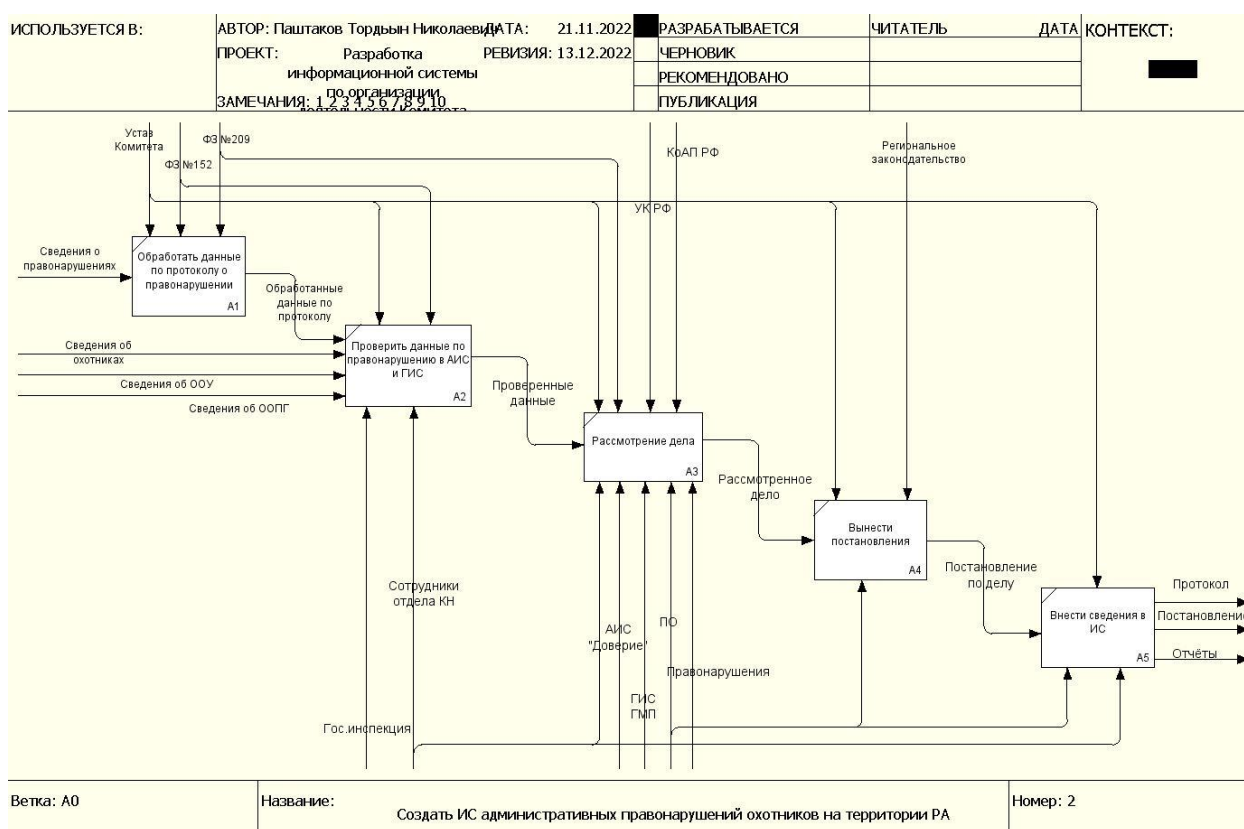


Рисунок 2 – Декомпозиция контекстной диаграммы

Внедрение системы учета правонарушений должна повысить эффективность работы посредством:

- быстрое реагирование на поступившие в комитет дела охотников и их правонарушения;
- аналитика обработанных данных, качества и скорости работы сотрудников;
- автоматизированная обработка данных.

Библиографический список

1. Комитет по охране, использованию и воспроизводству объектов животного мира Республики Алтай : [сайт]. – URL: <https://zmir-altai.ru/> (дата обращения: 03.04.2023).

2. Акимова, Е. В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. Проектирование информационных систем : учебное пособие / Е. В. Акимова, Д. А. Акимов, Е. В. Катунцов, А. Б. Маховиков. – Саратов : Вузовское образование, 2016. – 178 с.

3. Грекул, В. И. Проектирование информационных систем. Курс лекций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям в области информационных технологий / В. И. Грекул, Г. Н. Денищенко, Н. Л. Коровкина. – Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование, 2017. – 303 с.

13 Система продвижения туристских услуг как фактор устойчивого развития сферы туризма

УДК: 338.48

Use of youtube in promoting Kazakhstan's tourism

Abdirazakov Nurzhan

lecturer at the department of «Economics and business» METU University (KazETU),

Almaty, Kazakhstan

nurzhan.abdirazakov@gmail.com

Annotation. Social media has become the primary source of information for tourism and hospitality products. However, despite its potential, YouTube remains underutilized in the tourism and hotel industry in Kazakhstan. While many studies have examined the effectiveness of YouTube as a marketing tool and its impact on consumer behavior, the influence of this social network on the hotel industry in Kazakhstan and the impact of advertising on consumer choice has not been explored. To address this gap, this descriptive research paper aims to determine the influence of the YouTube network on consumer decision-making in Almaty and provide recommendations for hotel advertising on YouTube.

Keywords: hotels, customer decision, Youtube, Social Media

In the period prior to the emergence of social media, consumers had limited means to gather information about products [1]. Currently, social media has assumed a pivotal role in tourism and hospitality, serving as the primary source of information about tourist products. In today's society, blogs and online accounts are the primary sources of information for consumers seeking to acquire knowledge about products [2]. The impact of websites that provide reviews and ratings, such as Consumerreview.com, Eopinion.com, and YouTube.com, on consumers' purchasing decisions is significant [3]. YouTube stands out among them, thanks to its broad range of marketing features [4]. With over 100 million videos broadcasted daily, the platform attracts an average daily usage of nine minutes per user, and it serves as a gateway to 2.2 million other websites worldwide [5].

YouTube has become an important platform for tourism businesses to showcase their offerings and attract potential customers. The visually appealing nature of YouTube, along with the ability to include informative content, has made it an effective tool for tourism businesses to promote their destinations and services. By creating engaging videos that highlight the unique features of their properties, such as hotel rooms, amenities, and attractions, tourism businesses can build brand awareness and attract more customers. In addition, YouTube has become a popular platform for travelers to research and plan their trips. Travelers often rely on YouTube videos to get a better understanding of a destination before they book their trip. This allows them to see firsthand what the destination has to offer and make informed decisions about where to go and what to do. Furthermore, YouTube reviews and testimonials from previous guests can be a powerful marketing tool for tourism businesses. Positive reviews posted on YouTube can build trust and confidence among potential customers, who may be more likely to choose a hotel or attraction that has received favorable reviews from other travelers.

Overall, YouTube has become an essential part of the tourism industry, providing businesses with a platform to showcase their offerings, attract potential customers, and build brand awareness. The visually rich nature of YouTube videos, along with the ability to include informative content, has made it an effective tool for tourism businesses to promote their destinations and services, and for travelers to research and plan their trips.

Another key benefit of YouTube for tourism businesses is the potential for viral marketing. If a video goes viral, it can be shared across social media platforms and reach a large audience in a short amount of time. This type of organic exposure can be invaluable for tourism businesses, as it

can lead to increased brand awareness and customer engagement. For example, a tourism company might create a video showcasing the natural beauty of a particular destination, which is then shared by thousands of viewers on social media. This can generate significant interest in the destination and lead to increased bookings and revenue for the company. YouTube can also be a valuable tool for providing customer service in the tourism industry. By creating and sharing informative videos, businesses can answer common customer questions and provide helpful tips and advice. This can help to build trust with customers and create a positive reputation for the business. Additionally, by monitoring comments and feedback on their videos, businesses can identify and address any concerns or issues raised by customers. Finally, YouTube can be an effective way for tourism businesses to showcase their unique offerings and stand out in a crowded marketplace. By creating engaging and informative videos, businesses can differentiate themselves from competitors and attract the attention of potential customers. For example, a hotel might create a video showcasing its luxurious amenities and breathtaking views, while a tour operator might create a video highlighting the unique cultural experiences it offers. By using YouTube to showcase their unique value proposition, tourism businesses can attract more customers and grow their business.

The hotel industry in Kazakhstan is not capitalizing on the vast opportunities offered by YouTube as a marketing tool. Although there has been significant research on the effectiveness of YouTube as a marketing tool and its influence on consumer purchasing behavior, little attention has been given to the impact of this powerful social network on the development of the hotel industry in Kazakhstan and the effects of advertising on consumer choice. This study aims to address this research gap by determining the perspectives of YouTube on consumers' hotel selection decisions and making recommendations for hotel advertising through the platform. Specifically, the research will accomplish the following objectives: 1) Investigate the perspectives of YouTube videos on modern society's purchasing intentions. 2) Define the role of hotel video reviews on YouTube in enhancing consumer confidence. 3) Provide recommendations for using the YouTube network to increase awareness about hotels.

To begin with, it is important to evaluate the effectiveness of YouTube as a marketing tool. YouTube was introduced in 2005 and has gained immense popularity over the years. In 2019, YouTube had 1,570,000,000 monthly active users. Additionally, YouTube users share over 5 billion videos every day and the number of videos uploaded increases by 40%. It is worth noting that 300 hours of video are uploaded to the platform every minute and it receives 30 million daily viewers. Furthermore, the number of advertisers placing video ads on YouTube increases by over 40% each year and the top 100 advertisers on the platform increase their advertising expenditure by 60% annually [6]. This statistical information supports the notion that YouTube has great potential as a marketing tool.

Furthermore, advertising on YouTube has been found to have a more favorable impact on consumers when compared to television and print media [7]. Research has indicated that video content on YouTube has a more positive influence on consumer confidence than information provided by the company [8]. In fact, a study conducted by HubSpot revealed that 54% of respondents expressed a greater interest in video content as opposed to other forms of marketing communication tools [9].

Regarding online advertising, a survey found that 37% of participants expressed a preference for video ads in various formats, while 83% chose to watch videos on the YouTube platform [10]. In terms of the hospitality industry, Forrester Research reported that over 60% of guests are social travelers who spend hours on various social media platforms searching for the best hotel booking deals. These travelers typically prefer watching videos over reading content, making YouTube an ideal platform for hotels to showcase their rooms and amenities to potential customers on their official channel [11]. Additionally, hotels can leverage YouTube's broad user base to reach a wider audience, including international travelers, by providing translated subtitles in their videos [12]. To appeal to specific target segments, hotels should also consider studying cultural values to make their image more attractive and avoid cultural missteps. Furthermore, videos are more memorable than text, which is an important factor to consider when creating marketing content [13].

The hotel can visually attract customers by producing aesthetically pleasing videos on YouTube that deliver interesting information [14]. If successful, this strategy can result in various financial and non-financial benefits for the company, such as increased sales and awareness [15].

Currently, text feedback has a low level of credibility, so publishing positive hotel guest reviews on YouTube can enhance potential customers' confidence. As people tend to believe what they see, reviews posted on YouTube can positively influence consumers' hotel choices [16]. For instance, hotels can offer clients specific gifts, such as free drinks, lunch, or entertainment tickets, in exchange for a short 5-minute video during check-in. As feedback is crucial in driving customers to choose a particular hotel, these videos can motivate potential customers to book a hotel over its competitors. In one example, Aaron Schwartz shot a beautiful beach and flamingo video at the Marriott Renaissance Ocean Suites in Aruba and uploaded it to YouTube, which earned him a free week off after the resort's CEO liked the video. Such gestures can encourage social media-savvy guests to create content that showcases the hotel's features.

While many researchers have reported on the effectiveness of YouTube advertising, some studies suggest that online advertising may not be effective. Pikas and Sorrentino [17] conducted a study to evaluate the efficiency of online ads on social media platforms, including Facebook, Twitter, and YouTube. The research was based on customer acceptance, and the findings showed that the majority of people did not appreciate social media ads, and it actually made them angry. As a result, the study concluded that ads on these social media platforms were ineffective.

In conclusion, the proposed research provides valuable insights on the impact of YouTube on consumers' decision-making process in choosing a hotel. It is recommended to further explore this topic by comparing hotels that actively use YouTube for advertising with those that do not, and by conducting a customer study to gain a deeper understanding of their decision-making process. The study finds that video reviews on YouTube have a positive impact on consumer confidence, but caution must be exercised to avoid overuse of ads, which can lead to consumer dissatisfaction. In addition, offering customers incentives such as free drinks or entertainment tickets for creating short videos during their stay can increase awareness of the hotel and build consumer trust. This research can be useful for the hospitality industry in Kazakhstan and beyond, as firms can use YouTube as a powerful tool to increase their online presence and attract more customers.

References list

1. Hu, F. The impact of the knowledge sharing in social media on consumer behavior / F. Hu, G. Wei. – 2013. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/THE-IMPACT-OF-THE-KNOWLEDGE-SHARING-IN-SOCIAL-MEDIA-Hu-Wei/> (date of access: 03.04.2023).
2. Dachyar, M. Factors influencing purchase intention / M. Dachyar, L. Banjarnahor. – 2017. – URL: https://www.researchgate.net/publication/321830911_Factors_influencing_purchase_intention_towards_consumer-to-consumer_e-commerce (date of access: 03.04.2023).
3. Firat, D. YouTube Advertising Value and Its Effects on Purchase Intention / D. Firat. – 2019. – URL: <https://digitalcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1097&context=globe#:~:text=The%20findings%20indicated%20that%20informativeness,positive%20effect%20on%20purchasing%20intention> (date of access: 03.04.2023).
4. Pavlovskaya, E. 71 Up-To-Date YouTube Statistics for Your Marketing Strategy In 2021 / E. Pavlovskaya. – 2021. – URL: <https://www.semrush.com/blog/youtube-stats/> (date of access: 03.04.2023).
5. Simic, N. Advantages and disadvantages of advertising by social networks / N. Simic, V. Petrovic, D. Anicic // Journal of Process Management – New Technologies, International. – 2019. – Vol. 7. – № 3.
6. 37 mind blowing Youtube facts, figures and statistics-2019 // Biographon : [website]. – 2019. – URL: <https://biographon.com/youtube-stats/> (date of access: 03.04.2023).

7. Prasetyanto, W. E. Effect of Youtube-Based Advertising Effectiveness and Brand Community on Purchase Decision / W. E. Prasetyanto. – 2018. – URL: http://www.europeanjournalofeconomicsfinanceandadministrativesciences.com/issues/PDF/EJEFA_S_98_02.pdf (date of access: 03.04.2023).
8. Viertola, W. To what extent does YouTube marketing influence the consumer behaviour of a young target group? / W. Viertola. – 2018. – URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/148638/Viertola_Wilma.pdf.pdf (date of access: 03.04.2023).
9. An, M. Content trends: Global preferences / M. An. – 2018. – URL: <https://research.hubspot.com/content-trendsglobal-preferences> (date of access: 03.04.2023).
10. Ariya, A. What Differences A YouTube Channel Can Make In Your Hotel Business / A. Ariya. – 2018. – URL: <https://medium.com/@AskAviAryashow/what-differences-a-youtube-channel-can-make-in-your-hotel-business-c30805d37567> (date of access: 03.04.2023).
11. Gohil, N. Role and Impact of Social Media in Tourism: A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism / N. Gohil. – 2015. – URL: <https://euroasiapub.org/wp-content/uploads/2016/09/2April-ESS-2066.pdf> (date of access: 03.04.2023).
12. Using YouTube To Market Your Hotel // E-Marketing Associates : [website]. – 2020. – URL: <https://www.e-marketingassociates.com/blog/using-youtube-to-market-your-hotel> (date of access: 03.04.2023).
13. Mancuso, J. Seeing is believing: a researcher's guide to thinking visually / J. Mancuso, K.Stuth. – 2015. – URL: https://www.researchgate.net/publication/333352925_Seeing_Is_Believing_A_researcher's_guide_to_thinking_visually (date of access: 03.04.2023).
14. Nielson-Field, K. Viral Marketing: The Science of Sharing / K. Nielson-Field. – OUP Australia & New Zealand, 2013. – 128 p.
15. Sigala, M. Social Media In Travel, Tourism And Hospitality: Theory, Practice And Cases / M. Sigala, U. Gretzel, E. Christou. – 2012. – URL: https://www.researchgate.net/publication/320357257_Social_Media_in_Hospitality_and_Tourism (date of access: 03.04.2023).
16. Zeng, B. Social Media in Tourism / B. Zeng // Journal of Tourism and Hospitality. – 2013. – URL: https://www.researchgate.net/publication/273145105_Social_Media_in_Tourism (date of access: 03.04.2023).
17. Pikas, B. The Effectiveness of Online Advertising: Consumer's Perceptions of Ads on Facebook, Twitter and YouTube / B. Pikas, G.Sorrentino. – 2014. – URL: http://digitalcommons.www.na-businesspress.com/JABE/PikasB_Web16_4_.pdf (date of access: 03.04.2023).

УДК 379.851

Роль и значение PR в сфере туризма

Демеуова Гулия Бакеновна

магистр MBA, лектор кафедры «Экономика и бизнес»

Международного инженерно-технологического университета

demeuova77@mail.ru

Аннотация. Успех деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом - что покупает турист. В зависимости от того, как позиционируют себя туристские центры, они и будут привлекать туристов из различных секторов рынка. Задачей пиара является информировать потенциальных покупателей туристского продукта о его свойствах и убедить его в том, что товар необходим ему для удовлетворения какой-нибудь потребности.

Ключевые слова: PR, туризм, развитие.

The role and importance of PR in tourism

Demeuova Guliya

*MBA Master, Lecturer of the Department of Economics and Business of the International University of Engineering and Technology
demeuova77@mail.ru*

Annotation. The success of activities in the tourism market is determined, first of all, by an attractive tourist product - what a tourist buys. Depending on how tourist centers position themselves, they will attract tourists from various sectors of the market. The task of PR is to inform potential buyers of a tourist product about its properties and convince them that the product is necessary for them to meet some need.

Keywords: PR, tourism, development.

Сегодня можно смело заявлять, что туризм является не только активно развивающейся индустрией, но и хорошим источником дохода во многих странах. К сожалению, это пока что не применимо к нашей стране, где все еще только начинает становиться на тот уровень, которого давно придерживается вся Европа. Большую проблему составляет огромное количество незаконно действующих фирм, туроператоры, которые выполняют свою работу некачественно. Это проблема вызвана отчасти законодательством, и большой конкуренцией на рынке туристических услуг. Увы, от этого страдают и крупные, устоявшиеся фирмы с высоким качеством обслуживания. И тут основная задача — это хорошая работа PR-службы этих компаний. И неудивительно, что туристический PR востребован сегодня как никогда раньше — люди поняли, что это нужно, и у них появились деньги и стимул вложить в часть в PR, чтобы потом получить еще больше. PR необходим, как способ и привлечения внимания, и создания имиджа, и его поддержания. Сфера туризма обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта. Туризм, как отрасль экономики развивается довольно быстрыми темпами. Каждый год инвестиции в индустрию туризма растут примерно на 30%.

PR в индустрии туризма направлен на изучение складывающегося общественного мнения и формирование доброжелательного отношения к туристическому предприятию и его деятельности со стороны целевых аудиторий и широких масс населения.

В данном случае PR преследует такие цели, как:

- установление двухстороннего общения между организациями, предлагающими туристический продукт, и целевыми аудиториями, а также средствами массовой информации для выявления общих представлений и общих интересов;
- достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности;
- установление взаимопонимания и доверительных отношений между туристическим предприятием и общественностью;
- обеспечение известности фирмы;
- создание и поддержание имиджа фирмы;
- популяризация туристского продукта и туризма в целом;
- опровержение искаженной и неблагоприятной информации;
- обеспечение поддержки со стороны различных целевых аудиторий.

В последнее время на рынке возникло множество больших и маленьких туристических фирм, предлагающих свои услуги. Следует отметить, что большинство этих туристических фирм, предлагают однотипный продукт и стандартный набор направлений. Поэтому клиенту очень трудно разобраться в обилии фирм, и, как показывают исследования, лишь небольшое количество туристов из года в год отдают предпочтение одной и той же компании. Большинство же выбирает ту компанию, которая ближе к дому, к работе, или просто случайно проходя мимо.

Кроме того, клиенты стали подвергаться агрессивному рекламно-информационному воздействию, которое поначалу давало желаемый эффект. Все рекламные журналы и газеты пестрят сотнями больших и маленьких объявлений. Однако с течением времени эффективность рекламы стала снижаться и возникла потребность в чем-то новом.

Также из-за насыщения рынка принимающих стран цены на туристические путевки стали, в среднем, расти. К тому же возрождается рынок туристических услуг, что заставляет компании активизировать рекламно-информационные усилия в борьбе за клиентов. Все вышесказанное, а также пресыщенность потребителя рекламой вообще и отсутствие доверия к ней, привело к тому, что фирмы встали перед проблемой поиска новых путей привлечения клиентов. Однако фирмы далеко не сразу поняли действенность методов public relations.

Успех деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом - что покупает турист. В зависимости от того, как позиционируют себя туристские центры, они и будут привлекать туристов из различных секторов рынка. Задачей пиара является информировать потенциальных покупателей туристского продукта о его свойствах и убедить его в том, что товар необходим ему для удовлетворения какой-нибудь потребности. Туристским продуктом является территория - «дестинация», которая может привлекать и удовлетворять потребности довольно широкой группы туристов.

Для «продажи» территории необходимо ее забрендировать, т.е. создать образ дестинации, которая существует в сознании и восприятии потребителя. Построение бренда туристской дестинации представляет собой сложный и многоуровневый творческий процесс, который должен базироваться на маркетинговом подходе: понимании места туристской дестинации на мировом туристическом рынке и выявлении основных мотиваций и предпочтений потенциальных потребителей. При построении бренда необходимо учитывать его международное применение, поэтому доносимый образ должен быть прост и понятен. Очень популярными являются образы, основанные на цветах национального флага или символах культурных ценностей дестинации. Часто при визуальном отображении сущности бренда, используют детские рисунки или анимацию, что символизирует легкость, непосредственность и полноту жизни. Также широко используются цветы как национальные символы, а также как символы красоты. Что бы ни было отображено на логотипе, у потребителей (причем из разных стран, с разным менталитетом) он, в первую очередь, должен ассоциироваться с радушием и гостеприимством.

Брендинг туристских дестинаций направлен на привлечение туристов путем отображения исключительности туристической территории с помощью различных коммуникационных технологий. Но важно не забывать о грамотном проведении маркетинговой деятельности на уровне государства, которое способствует не только привлечению туристов, но и помогает местным предприятиям, обслуживающим туристов.

Привлечением иностранных туристов, решением задач всестороннего освоения и расширения туристического потенциала всех регионов определенной страны занимается департамент по туризму. Чтобы развивался международный туризм, департамент по туризму решает вопросы расширения объёма деловых поездок и поездок с познавательными целями, удешевления поездок, повышения культурного и материального уровня наемных рабочих в стране, развивает межгосударственные связи и культурный обмен между странами. Для привлечения туристов страны ограничиваются прямой рекламой. Департаменты по туризму этих стран применяют пиар-акции только в случае компрометирующих событий.

Пиар-деятельность департамента осуществляется по нескольким направлениям. Прежде всего, это работа со СМИ: работа с радио и телевидением, сотрудничество с периодическими изданиями.

В Турции после под влиянием различных кинофильмов и недостатка информации у туристов сформировался образ опасной Турции. Пиар-агентство «Capitoline/MS&L» по заказу турецкого департамента по туризму, связавшись со СМИ. В итоге проделанной работы: был

выпущен документальный фильм о Турции, радиотур для различных аудиторий, создано бюро новостей туризма. Бюро новостей турецкого туризма в последующем занималось работой со СМИ.

Помимо этого Департамент устраивает розыгрыши лотерейные, клиент имеет возможность получить бесплатную поездку, ответив на все вопросы о стране. Цель данной акции - создать хорошее впечатление о стране у туриста, чтобы он ее посоветовал друзьям.

Еще один вариант привлечения туристов это организация крупного мероприятия. Это может быть выставка, рок-концерт, конференция и т.д.

Интересные поездки проводит Департамент по развитию туризма Египта: пробные поездки для журналистов, чтобы они могли лично ознакомиться со страной, о которой пишут, с ее сервисом и впоследствии тесно.

Именно туроператоры занимаются комплектацией туристического продукта, формированием, продвижением и реализацией набора услуг. Продвижением же сформированных туроператором туров занимается турагент. Он приобретает туры у туроператоров и реализует их потребителю.

Сейчас на рынке множество больших и маленьких туристических фирм, которые предлагают однотипный продукт и стандартный набор тура.

Клиенту очень трудно разобраться в обилии фирм. На помощь приходит пиар-деятельность фирм. Самая идеальная реклама для турфирмы это участие в таких программах, как «непутевые заметки» или участие в организации съемок в какой-то стране.

Важным аспектом в пиар - деятельности туристической компании проведение семинаров. Они могут быть как регулярными, так и единоразовыми. Семинары проводятся по основному направлению деятельности компании. На таких семинарах представители фирм рассказывают потенциальным клиентам о различных курортах, о особенностях визового оформления. После встречи посетители получают специализированные каталоги с информацией о фирме.

Многие туристические агентства предлагают ознакомительные поездки для сотрудников туристических агентств. Так на сайте турагентства MIDI TOURS представлена информация об ознакомительном туре с провинциями Франции, предлагают бесплатное экскурсионное обслуживание, входные билеты в музеи и памятники, дегустации и организацию посещения отелей. Проживание и транспорт для агентских рекламных туров предлагаются по себестоимости. Обязательное условие для проведения такого тура: предъявление полного списка участников тура с указанием названия агентства, должности и сайта агентства, а также присутствием на семинаре по продаже нашей продукции в ходе поездки.

Такого рода поездки позволяют менеджерам по туризму оценить безопасность поездки и сервис, ознакомиться с предлагаемыми курортами. И в большей вероятности агенты будут рекомендовать клиентам курорты тех операторов, с турами которых они ознакомились лично.

Информацию по интересующему турагентству и его услугах, акциях можно получить посредством специализированных организаций - туристических информационных служб.

По мнению Дуровича А.П., решающую роль в успехе турфирмы играет диалог между конкретным клиентом и фирмой. Турфирма должна своевременно получить информацию о степени удовлетворенности клиента как о качестве обслуживания, так и о туристском продукте.

Анализируя PR в сфере гостиничного бизнеса, можно сделать вывод, что это достаточно сложный заранее спланированный комплекс мероприятий, которые направлены на повышение имиджа продукта. PR-программа осуществляется по нескольким направлениям и включает в себя создание рекламного информационного носителя, организацию в публичных мероприятиях, создание благоприятного образа туристского обслуживания. Главное, правильно установить цель и определить ее характер по долгосрочности, необходимо опираться на результаты исследований рынка туризма, а в период внедрения подвергать каждый этап PR - кампании анализу.

Таким образом, в настоящее время развитие внутреннего туризма находится в зачаточном состоянии по многим причинам. Большую роль в оживлении внутреннего туризма, в информировании о туристских приоритетах собственной страны могли бы сыграть сами туркомпании. Но поскольку у них нет прямой заинтересованности в этом, получается замкнутый круг: фирмы работают преимущественно с прибыльными зарубежными направлениями и опасаются братья за внутренний туризм, а клиенты этих фирм не покупают отечественные туры, потому что ничего о них не знают.

Библиографический список

1. Алиева, Л. И. Рекламная кампания своими силами. Эффективная рекламная кампания / Л. И. Алиева. – Москва : Фарбей, 2016. – 258 с.
2. Игнатъев, Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатъев, А. Бекетов, Ф. Сарокваша. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2013. – 240 с.
3. Катлип Скотт, М. Паблик Рилейшнз. Теория и практика, 8-е издание / М. Катлип Скотт, Х. Сентер Аллен, М. Брум Глен. – Москва : Вильямс, 2005. – 444 с.
4. Почепцов, Г. Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук, 2015. – 638 с.

УДК: 338.48

Оценка влияния факторов на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории

Кудрявцева Ангелина Витальевна

*преподаватель кафедры экономики, туризма и прикладной информатики
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
angelina.danko@mail.ru*

Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
кандидат экономических наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
tosk-k@yandex.ru*

Аннотация. Формирование бренда туристской территории является важной стратегической задачей развития любого региона. В статье проводится анализ субъективных и объективных факторов, положительно и негативно влияющих на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории. В работе рассмотрены результаты исследования отношения основных групп потребителей к формированию бренда Республики Алтай как туристской территории.

Ключевые слова: бренд, брендинг, туристская территория, факторы, влияние факторов, Республика Алтай.

Assessment of the influence of factors on the formation of the Altai Republic brand as a tourist territory

Kudryavtseva Angelina

*lecturer of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
angelina.danko@mail.ru*

Kuttubaeva Tuscany

*Associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
tosk-k@yandex.ru*

Annotation. The formation of a brand of a tourist territory is an important strategic task for the development of any region. The article analyzes the subjective and objective factors that positively and negatively affect the formation of the brand of the Altai Republic as a tourist territory. The paper considers the results of a study of the attitude of the main consumer groups to the formation of the Altai Republic brand as a tourist territory.

Keywords: brand, branding, tourist territory, factors, influence of factors, Altai Republic.

В современных условиях важную роль в развитии туризма играет позиционирование территории, одним из основных и эффективных инструментов которого является формирование и продвижение бренда.

Бренд туристской территории формируется благодаря воздействию объективных и субъективных факторов. К объективным факторам, оказывающим влияние на формирование бренда туристской территории, можно отнести географическое расположение региона, его природно-климатический и ресурсный потенциал, историко-культурное и этнографическое наследие, а также уровень развития сферы туризма, включающий транспортную доступность территории, состояние туристской инфраструктуры, инвестиционную активность в сфере туризма и др.

Ещё одним объективным фактором, определяющим привлекательность Республики Алтай как туристской территории, является туристский потенциал Республики Алтай. Наличие природных и культурно-исторических ресурсов на территории Республики Алтай позволяет ей развивать практически все виды туризма. Однако не все виды туризма характеризуются одинаковым уровнем развития.

Влияние субъективных факторов на бренд туристской территории обуславливается отношением туристов к данной территории и оценки ими туристского продукта, действиями органов власти по формированию бренда туристской территории и характером информации о территории в СМИ, а также уровнем информационной активности территории.

Для определения субъективных факторов, влияющих на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории, нами было проведено социологическое исследование с использованием метода анкетирования. Анкеты распространялась в электронном и печатном виде.

Так, электронный вариант анкет был создан на платформе Google Формы. В общей совокупности в опросе приняло участие 256 человек. В исследуемые группы вошли: население, представители туристического бизнеса, представители государственных и муниципальных структур, туристы - которые являются основной целевой группой потребителей туристской территории.

Ответы каждой группы респондентов были распределены на группы с идентичным набором факторов (таблица 1).

Таблица 1 – Распределение мнений респондентов при определении сочетания отличительных характеристик Республики Алтай, %

Сочетание отличительных характеристик региона	Туристы	Население	Представители органов управления территорией	Представители турбизнеса
Наличие уникальных природных объектов + благоприятная экологическая ситуация на территории + национальные традиции и обычаи коренного населения	32	26	17	-
Наличие уникальных природных объектов + уникальная и красивая природа + национальные традиции и обычаи коренного населения	15	28	16	20
Уникальная и красивая природа + богатое культурное наследие	11	-	-	-

Географические особенности и благоприятный климат + наличие уникальных природных ресурсов + разнообразие видов туризма	15	19	-	23
Наличие уникальных природных ресурсов + благоприятная экологическая ситуация в регионе	-	-	-	8
Наличие уникальных природных ресурсов + разнообразие видов туризма + этнический состав населения	21	8	33	14
Наличие разнообразных историко-культурных и археологических памятников + этнический состав населения + уникальная и красивая природа	-	12	10	-
Уникальная и красивая природа + географические особенности и благоприятный климат	-	7	14	-
Богатое культурно-историческое наследие + географические особенности и благоприятный климат	6	-	-	-
Вся совокупность факторов	-	-	10	35

Исходя из рассмотренных выше результатов анкетирования, можно сделать вывод о том, что все целевые группы отмечают наличие у Республики Алтай отличительных характеристик, которые позволяют позиционировать ее как туристскую территорию.

Однако можно выделить и ряд негативных факторов, которые могут отрицательно повлиять на формирование положительного бренда территории (таблица 2).

Таблица 2 – Распределение мнений респондентов при определении негативных сторон Республики Алтай как туристской территории, %

Сочетание факторов	Туристы	Население	Представители органов управления территорией	Представители турбизнеса
Трудная транспортная доступность + неконкурентоспособные, высокие цены на туристские услуги	22	27	10	-
Низкое качество туристских услуг+ трудная транспортная доступность		25	-	6
Недостаток/отсутствие информации о туристских объектах территории + трудная транспортная доступность	29	20	67	36
Неконкурентоспособные, высокие цены на туристские услуги + трудная транспортная доступность + узкий перечень предлагаемых туристских услуг	-	10	-	-
Неконкурентоспособные, высокие цены на туристские услуги + узкий перечень предлагаемых туристских услуг	16	-	-	-
Трудная транспортная доступность	11	-	13	9
Недостаток/отсутствие информации о туристских объектах + неконкурентоспособные, высокие цены на туристские услуги	12	-	10	4
Низкий уровень развития туристской инфраструктуры + трудная транспортная доступность + недостаток / отсутствие информации о туристских объектах территории	10	-	-	45
Низкий уровень развития туристской инфраструктуры + неконкурентоспособные, высокие цены на туристские услуги	-	18	-	-

Как видно из данных, представленных в таблице 2, большинство опрошенных из каждой целевой группы отметили, что наиболее сильное влияние на негативное восприятие Республики Алтай как туристской территории оказывает сочетание таких факторов, как низкий уровень развития туристской инфраструктуры, трудная транспортная доступность и недостаток информации о туристских объектах территории.

Объекты, отражающие туристский потенциал Республики Алтай, являются одними из ключевых факторов при определении её привлекательности. При ответе на вопрос «Какой туристический объект, в большей степени, на Ваш взгляд, отражает потенциал Республики Алтай как туристской территории?» респондентом было предложено выбрать сочетание одного или нескольких объектов (таблица 3).

Таблица 3 – Распределение мнений респондентов при определении объектов, отражающих туристский потенциал Республики Алтай, %

Сочетание объектов	Туристы	Население	Представители органов управления территорией	Представители турбизнеса
Телецкое озеро+ Река Катунь	10	-	-	-
Гора Белуха	19	34	18	6
«Укокская принцесса» + Гора Белуха	11	21	-	-
Телецкое озеро+ Река Катунь+ Гора Белуха	25	8	33	36
Остров Патмос+ Телецкое озеро + Река Катунь	9	7	16	23
Зона покоя Укок + Пазырыкские курганы+«Укокская принцесса»	-	5	-	-
Зона покоя Укок + Гора Белуха	-	6	-	-
Телецкое озеро+ Гора Белуха	20	19	25	31
Каракольские озера + Горнолыжный комплекс «Манжерок»	-	-	8	4

По мнению целевой группы «туристы», такими объектами в большей степени (20 %) могут выступать Телецкое озеро и гора Белуха. В свою очередь, большая часть населения Республики Алтай выделила один объект – гору Белуху (34%), так же было отмечено сочетание «Укокская принцесса и гора Белуха» (21%). Большинство представителей государственных и муниципальных структур (33%) и представителей туристического бизнеса (36 %) отметили, что туристический потенциал Республики Алтай отражают Телецкое озеро, Река Катунь и Гора Белуха.

Систематизация факторов, влияющих на развитие сферы туризма в Республике Алтай, позволяет определить положительные и сдерживающие факторы для формирования бренда Республики Алтай как туристской территории (таблица 4-5).

Как видно, из данных, представленных в таблице 4, положительное влияние на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории, оказывают следующие факторы: наличие и разнообразие туристских ресурсов, в том числе объектов, включенных в перечень объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО «Алтай-золотые горы»; активная государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере туризма, в том числе реализуемая через государственные программы, реализация отдельных инвестиционных проектов в сфере туризма и др.

Таблица 4 – Анализ факторов, положительно влияющих на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории

Факторы, влияющие на развитие туристской территории	Влияние на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории
Разнообразие ландшафтно-климатических и горноклиматических зон, наличие бальнеологических, грязевых и уникальных природно-климатических ресурсов.	Определяет уровень дифференциации территориального продукта туристской территории, его уникальность.
Наличие уникальных природных объектов (оз.Телецкое, г. Белуха, плато Укок и др.). Наличие как объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, входящих в комплекс «Алтай –золотые горы»; наличие особо охраняемых территории и природных комплексов .	Определяет разнообразие, привлекательность и уникальность туристского продукта территории.
Наличие на территории республики большого количества археологических памятников, этнографических и других культурно-исторических ресурсов.	Определяет разнообразие, привлекательность и уникальность туристского продукта территории.
Прохождение по территории региона федеральной трассы (М-52) и его реконструкция, завершение реконструкции аэропорта г. Горно-Алтайска, реализация проектов по реконструкции аэропортов в районных центрах Республики Алтай.	Определяет транспортную доступность туристских объектов Республики Алтай.
Активная государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере туризма, реализация государственных программ федерального и регионального уровня в области туризма	Создает условия повышения качества туристского продукта территории, развития объектов туристской инфраструктуры, реализации мероприятий по продвижению Республики Алтай как туристской территории
Реализация мероприятий по продвижению территориального туристского продукта Республики Алтай.	Создает условия для формирования положительного имиджа Республики Алтай как туристской территории, формирования туристской привлекательности территории.

Перечисленные факторы влияют на формирование таких конкурентных преимуществ туристской территории, которые должны быть учтены при разработке бренда, как разнообразие, уникальность и привлекательность туристского продукта территории, развитие туристской инфраструктуры и т.д.

При этом необходимо отметить, что анализ факторов, влияющих на развитие Республики Алтай как туристской территории, позволяет определить и ряд факторов, оказывающих негативное влияние на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории (таблица 5).

К таким факторам можно отнести следующие: нерегулируемое и слабоконтролируемое использование природных объектов, объектов историко-культурного наследия, находящихся под охраной государства, в коммерческих целях; трудная транспортная доступность, как самого региона, так и отдельных привлекательных туристских объектов; недостаток высококвалифицированных кадров в сфере туризма; недостаточное развитие туристской инфраструктуры; низкий уровень информационной обеспеченности развития сферы туризма в регионе; отсутствие территориального туристского бренда Республики Алтай и др.

Таблица 5 – Анализ факторов, негативно влияющих на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории

Факторы, влияющие на развитие Республики Алтай как туристской территории	Влияние на формирование бренда Республики Алтай как туристской территории
Нерегулируемое и слабо контролируемое использование природных объектов, объектов историко-культурного наследия, находящихся под охраной государства, в коммерческих целях.	Снижает привлекательность туристских объектов, следовательно, и привлекательность туристского продукта территории.
Изменения в климате (периодически холодные летние месяцы, малоснежные зимы).	Приводят к усилению сезонного характера туристского продукта территории.
Трудная транспортная доступность, как самой территории, так и отдельных привлекательных туристских объектов.	Влияет на стоимость туристского продукта территории, снижает уровень туристского интереса.
Недостаток высококвалифицированных кадров в сфере туризма .	Снижает качество туристского продукта территории, качество обслуживания и т.д.
Недостаточное развитие туристской инфраструктуры.	Снижает качество туристского продукта территории, качество обслуживания, обуславливает сезонный характер туристского продукта территории.
Отсутствие территориального туристского бренда Республики Алтай.	Влияет на формирование туристского интереса, не способствует формированию туристского интереса к территории.
Реализация эффективных инвестиционных проектов в республике сдерживается высокими затратами инвесторов на обеспечение подключения к объектам транспортной и энергетической инфраструктуры.	Влияет на стоимость туристского продукта территории, на его структуру и уровень качества.
Слабое развитие сферы развлечений и досуга	Может привести к снижению спроса на туристский продукт территории, в целом снижает качество и привлекательность туристского продукта
Отсутствие целостной системы архитектурно-ландшафтных и культурных комплексов снижает туристский интерес.	Может привести к снижению спроса на туристский продукт территории, в целом снижает качество и привлекательность туристского продукта

Данные факторы снижают привлекательность туристских объектов, следовательно, и привлекательность туристского продукта территории, приводят к усилению сезонного характера туристской деятельности, влияют на стоимость территориального туристского продукта, снижают качество туристского продукта, качество обслуживания и т.д.

Таким образом, брендинг туристской территории неразрывно связан с геопродуктом – конкретным местом. Иначе говоря, бренд туристской территории формируется исключительно как результат восприятия ее уникальности и выгод и преимущественно основными стейкхолдерами.

Библиографический список

1. Агаларова, Е. Г. Маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории / Е. Г. Агаларова // Молодой ученый. – 2013. – № 11. – С. 259–262.
2. Кукина, Е. Н. Брендинг территорий: сущность и принципы разработок / Е. Н. Кукина // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2011. – № 11. – С. 204–209.

**Анализ каналов распространения информации и рекламы туристских услуг
г. Караганды**

Алексеенко Татьяна Николаевна

*доцент кафедры туризма и ресторанного дела, Карагандинский университет
Казпотребсоюза, г. Караганда, Республика Казахстан
Alektania.61@mail.ru*

Игнатова Анна Демьяновна

*студентка группы Тур 19-2, Карагандинский университет Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан
Alektania.61@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные распространения информации и рекламы о туристских услугах в г. Караганда. Дан анализ использования различных каналов распространения рекламы о туристских услугах, их эффективность и возможность развития. Рассмотрен эффект развития рекламно – информационной деятельности сети INTERNET.

Ключевые слова: туризм, информация, реклама, канал, средств массовой коммуникации.

**Analysis of channels of dissemination of information and advertising of tourist services of
Karagandy city**

Alekseyenko Tatyana

*assistant Professor of the department «Tourism and restaurant business»,
Karaganda, Republic of Kazakhstan
Alektania.61@mail.ru*

Ignatova Anna

*student of group Tour 19-2
Karaganda university of Kazpotrebsoyuz, Karaganda, Republic of Kazakhstan
Alektania.61@mail.ru*

Annotation. The article discusses the current dissemination of information and advertising about tourist services in the city of Karaganda. The analysis of the use of various channels for the dissemination of advertising about tourist services, their effectiveness and the possibility of development is given. The effect of the development of advertising and information activities of the INTERNET network is considered.

Keywords: tourism, information, advertising, channel, mass communication.

Сегодня туризм превратился в многонациональный бизнес мирового значения. Это, конечно, связано с сегодняшней Всемирной паутиной, новой эрой социального взаимодействия и культуры, построенной исключительно вокруг этой среды. Туризм является одной из самых доходных и прибыльных отраслей, создающих бастион экономического (фискального роста), частного бизнеса и человеческих ресурсов, доступных для экономики любой страны, не говоря уже о всемирной популярности страны, вовлеченной в эту рекламу. Общеизвестно, что экономический рост и промышленное развитие Казахстана произошли после создания нефтяной и автомобильной промышленности, за которыми последовала комплексная программа международного туризма. Сегодня туризм превратился в многонациональный бизнес мирового значения. Это, конечно, связано с сегодняшней Всемирной паутиной, новой эрой социального взаимодействия и культуры, построенной исключительно вокруг этой среды. Туризм настолько важен в странах, где когда-то существовала древняя цивилизация, что их остатки этих древних городов с их природной красотой и историей привлекают потенциальных туристов.

Следовательно, мы понимаем важность рекламы и влияние, которое она оказывает на рекламу, которая должна представлять посещаемый район как «место для посещения», преимущества, если таковые имеются, и положительный образ этого района, а также и изменение поведения путешественников, т. е. покупка памятных вещей, созданных продавцами посещаемых сайтов. Следовательно, необходимо, чтобы профессионалы в области туризма использовали оптимальный метод рекламы для достижения своих целей.

Итак, для продвижения внутреннего туризма через радио и телевидение, вероятно, будет использоваться реклама. Однако в последние годы из-за более широкого использования Интернета и электронной рекламы этот метод оказался более эффективным, чем другие. Для бизнесмена онлайн-реклама стала экономически выгодным методом по сравнению с другими методами рекламы.

Рассмотрим основные каналы распространения информации и рекламы о туристских услугах в г. Караганда.

Важнейший результат деятельности средств массовой коммуникации – развитие личности, активизация процессов саморазвития: самопознания, самовоспитания, самообучения, самоутверждения, самоопределения, самоактуализации.

Информационная среда включает: Интернет, СМИ, справочники (путеводители), наружная реклама. Надо отметить, что в последнее время имеет место быть достаточно резкий рост спроса на услуги Интернет. Отмечается, что сегодня количество новых подключений в Интернете достигло 20-25тысяч в день. Причем здесь наблюдается интересный эффект: контингент подключаемых абонентов смещается от технических и компьютерных специалистов в самые разнообразные сферы. Это и средства масс-медиа, журналисты и экономисты. И в то же время это изменение категорий пользователей порождает проблему наполнения Интернета объективными и достоверными данными, которые оставляют желать лучшего. На сегодняшний день такого информационного содержания Интернета не так уж и много.

По данным Яндекс Top 100 дневная аудитория интернет-пространства Казахстана составляет более 5 миллионов пользователей, недельная – 10, а месячная – 22 миллиона человек, и это данные 2021 года

Использование сети Интернет – один из самых быстрых и объективных способов получить информацию практически по любому вопросу от разных людей. Возрастающее внимание к Интернету как к источнику данных зачастую влияет на формирование первоначального отношения к представленной информации.

Именно поэтому образ карагандинского региона, представленный в сети особенно важен для привлечения потенциальных инвесторов, туристов и квалифицированных рабочих кадров. Он формирует первое и самое обширное представление о городе и области еще до их посещения. От количества и качества материалов, представленных в Интернете, зависит отношение пользователей к области и их решение об участии в ее развитии. Естественно, что изучить все страницы Интернета невозможно.

Для оценки имиджа карагандинского региона и поиска информации о нем мы использовали алгоритм, который воспроизводят все пользователи впервые ищущие интересующую информацию. Для потенциального инвестора, туриста или любого другого человека, предполагающего посетить наш край или имеющего к нему какой-либо деловой или приватный интерес встает проблема поиска различных материалов, мнений или оценок по интересующему вопросу.

В связи с сложностью временного ресурса, мы отказались от анализа англоязычной информации, хотя она, безусловно, очень важна при принятии решения о сотрудничестве с Казахстаном для зарубежных бизнесменов. В ходе исследования было изучено 100 сайтов. Для их подбора были использованы пять крупнейших русскоязычных поисковых систем: mail.ru, yandex.ru, Google.kz. В каждой из систем в строку поиска вводилось сочетание «Караганда, Карагандинская область». Для получения объективных данных учитывались

первые 20 страниц, выводимые в результатах поиска. С учетом ошибок систем и сбоями на некоторых сайтах, а также несоответствия содержания страниц заданным параметрам поиска, оказалось возможным исследование только 73 из них.

Из 73 отобранных страниц, 33% имеют иностранный хостинг (русский, международный). Большинство материалов на таких сайтах представляют собой данные казахстанских и международных информационных агентств либо материалы, заимствованные с казахстанских сайтов. Как правило, это материалы новостийного характера, представляющие такие сферы жизни области общества, как политика, экономика, культура и спорт. Среди них такие сайты как ru.wikipedia.org, www.nomad.kz и другие, большинство из которых являются новостийными ресурсами [2].

29% всех представленных страниц содержат в себе более чем одно сообщение, соответствующее параметрам поисков, и только 8% имеют отсыл к другим сообщениям, выставленным на этом же сайте раньше или на других веб-страницах. Это значит, что формируемый страницей образ автоматически усиливается в несколько раз. Здесь важно, чтобы за счет упоминания области в позитивном контексте у посетителей складывалось положительное отношение к региону. Ведь сайты с неоднократным упоминанием объекта притягивают внимание больше, чем другие и побуждают пользователей глубже разобраться в теме, в соответствии с рисунком 1.

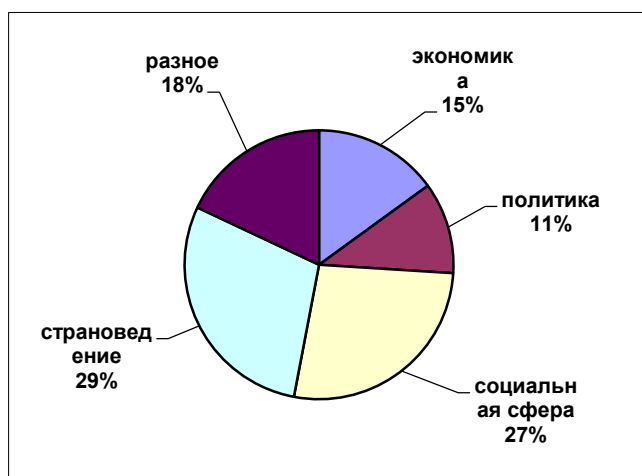


Рисунок 1 – Насыщенность тем информацией в Интернете [3]

Как видно, наиболее активные заимствования происходят в связи передачи новостей, и в этом случае дурные вести распространяются заметнее быстрее хороших. Для поддержания благоприятного имиджа региона необходимо системно и умело пользоваться технологиями ньюсмейкерства – производить и распространять новости с упором на положительные и привлекательные в плане бизнес-активности. Плохие, как говорится, и сами возникнут и растиражируются.

Обработка данных исследования показала, что большинство материалов представленных в Интернете содержат нейтральную информацию о регионе (41%). Это в большинстве случаев справочные данные, страноведческая или рекламная информация каталожного характера. Следует отметить, что данные о количестве жителей в регионе, статистика относительно производства и сельского хозяйства, политическая информация требует постоянного обновления для наиболее точного соответствия действительности. Об этом свидетельствует тот факт, что данные, представленные на разных сайтах, как казахстанского, так и иностранного хостинга зачастую рознятся в той или иной мере в зависимости от даты публикации. Только треть таких сайтов, имеет иностранный хостинг, остальные зарегистрированы в пространстве kz. Они изначально вызывают доверия у посетителя, а значит соответствие представленной на них информации действительности особенно важно при формировании положительного имиджа региона.

37% изученных страниц формируют негативное представление о Карагандинском регионе.

Лишь 22% выведенных в результат поиска страниц формируют позитивный образ региона. Причем некоторые из них находятся на одном и том же сайте. Примером служат тематические сайты, посвященные культурной и спортивной жизни.

Только 19 % страниц представляют государственные органы или проправительственные объединения, и 13% представлены материалами, которые можно отнести в разряд «саморекламы». Оставшиеся представляют собой новости и аналитику, а также биографии выдающихся людей региона, комментарии на форумах, сообщения о культуре и спорте.

В условиях все более возрастающего количества пользователей сетью Интернет-представленность объективных и актуальных данных в сети особенно важна для формирования положительного отношения к региону, как к потенциальному объекту инвестиций, туризма и бизнес-партнера как отдельных людей, так и крупных корпораций.

С точки зрения потенциальных туристов, образ Карагандинской области в первую очередь формируется материалами из газет, представленными в сети Интернет. Большинство из них рассказывают о чрезвычайных происшествиях, громких криминальных преступлениях и кризисных ситуациях в регионе. Только самые яркие события культурной и экономической жизни региона, такие как юбилей области или повышение зарплаты, находят свое отражение на электронных страницах газет.

Потенциальные туристы лишены специализированной информации, такой как список гостиниц, информация о достопримечательностях, расценки на услуги и т.д. Есть два пути решения этой проблемы. Необходимо размещать подобную информацию на уже имеющихся сайтах, которые предлагают страноведческие данные и на сайтах, которые «официально» представляют Карагандинскую область. Такой выход из информационного вакуума в этой сфере будет способствовать повышению авторитета последних за счет опубликования самых последних и достоверных сведений.

Видится крайне необходимым не только сформировать положительный образ региона, но и предоставить потенциальным туристам возможность получить больше интересующей их информации, показать все плюсы возможного путешествия и его финансовые и интеллектуальные выгоды. К сожалению, нам не удалось найти в сети ни одной подобной аналитики или грамотной саморекламы, привлекающей внимание к разным сферам жизни региона.

С точки зрения потенциальных инвесторов не хватает конкретной информации, свидетельствующей о состоянии экономики и темпах ее развития. Содержание имеющихся в сети материалов не внушает чувство стабильности, так как в большинстве из них упор сделан на негативные и яркие события.

Повышать уровень инвестиционной привлекательности в глазах пользователей сети Интернет необходимо как с использованием специализированных сайтов республиканского или международного масштаба (поскольку среди местных сайтов, специализация практически отсутствует), так и с привлечением к сотрудничеству местных и особенно республиканских СМИ, сайтов, содержащих страноведческую информацию. Особый интерес с этой точки зрения представляют сайты, посвященные Караганде, на которых происходит общение бывших жителей региона, многие из которых сейчас являются успешными представителями иностранного бизнеса и активно интересуются происходящими в области изменениями в том числе и с намерением вернуться сюда с воплощением бизнес-проектов. Как правило, это сайты с иностранным, чаще российским хостингом, которые позволяют пользователям создавать собственные форумы и практически не модерирующие их. Либо это форумы на карагандинских страноведческих сайтах, отношении к которым формируется согласно основному содержанию и его обсуждению посетителями страниц. Такие отзывы один из самых эффективных способов получить ответную реакцию от пользователей и

оценить результативность принятых мер. Здесь возможно самим задавать темы для обсуждения и направления высказываний. Однако, в таких разделах не допустим тотальный контроль, и авторам материалов нужно быть готовым к критике, высказываемой в комментариях, и к регулярным обновлениям на сайте.

Кроме того, информацию на сайтах государственных структур и учреждений следует сделать менее «сухой и официальной» чтобы привлечь внимание потенциальных инвесторов не только громким именем, но и разнообразным и интересным содержанием. Здесь видится возможным привлечение к сотрудничеству профессиональных журналистов на конкурсной основе для наиболее эффективного результата. Необходимо разнообразить формы подачи материала при сохранении объективности и достоверности содержания.

По каналу Интернет ресурс можно оценить на «удовлетворительно» - присутствует фрагментарно, не развито, не может считаться туристическим преимуществом, нуждается в поддержке и ускорении развития.

За годы развития рыночных отношений в Казахстане СМИ стали неотъемлемой частью экономической и социальной жизни страны. Для укрепления конкурентоспособности ответственного бизнеса СМИ имеют важнейшее значение как инструмент развития, повышение качества товаров и услуг, информирования самых широких слоев населения.

Библиографический список

1. О рекламе : Закон Республики Казахстан от 19.12.2003 года № 508-П // Издание Парламента Республики Казахстан (на каз. и русс. языках) : Издатель Аппарат Сената Парламента РК. – Астана : Издательский Дом «Азамат», 2003. – № 24.
2. Институциональная поддержка бизнеса в Казахстане // Институт экономики и антикризисного управления : [сайт]. – URL: <http://ieau.ru> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Official tourist website of Kazakhstan // Visitkazakhstan.kz : [сайт]. – URL: <http://visitkazakhstan.kz/> (дата обращения: 03.04.2023).
4. Official website of the «Center for International Tourism» // Worldwidetour.ru : [сайт]. – URL: www.worldwidetour.ru (дата обращения: 03.04.2023).

УДК 379.85

Технология продвижения туристского продукта

Ердавлат Асель Майрамбайкызы

*магистр экономических наук, преподаватель кафедры туризма и ресторанного дела,
Карагандинский университет Казпотребсоюза, г.Караганда, Республика Казахстан
assely@bk.ru*

Алибекова Жанар

*студентка 3 курса специальности туризм кафедры туризма и ресторанного дела,
Карагандинский университет Казпотребсоюза, г. Караганда, Республика Казахстан
assely@bk.ru*

Аннотация. В данной статье обоснованы направления и методы продвижения туристского продукта. В качестве объекта взята туристская дестинация Каркаралинского района Карагандинской области. Рассмотрены технологии продвижения экологических туров в Каркаралинском районе среди молодежи.

Ключевые слова: индустрия туризма, экологический тур, туристские маршруты, технология продвижения, туристский продукт

Technology for promoting a tourist product

Yerdavlat Asel

*master of Economics, Lecturer of the Department of Tourism and Restaurant Business, Karaganda
University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda, Republic of Kazakhstan
assely@bk.ru*

Alibekova Zhanar

*3rd year student of the specialty tourism, Karaganda University of Kazpotreboysuz, Karaganda, Republic of Kazakhstan
assely@bk.ru*

Annotation. This article substantiates the directions and methods of promoting a tourist product. The tourist destination of the Karkaralinsky district of the Karaganda region is taken as an object. The technologies of promotion of ecological tours in the Karkaraly district among young people are considered.

Keywords: tourism industry, ecological tour, tourist routes, promotion technology, tourist product

Под продвижением туристского продукта понимается широкий спектр его реализации, по большому счету включающего 2 основных блока: 1) информационное обеспечение (издание каталогов, брошюр, PR-медиа ролики, СМИ, специализированные туристские выставки, туристские информационные центры и др.) 2) непосредственно стимулирование (все виды аудио-, теле рекламы, Social media marketing и др.) [1-3].

В целом, технология продвижения любого туристского продукта будет состоять из нескольких этапов:

- 1) выделение основных целей и задач продвижения;
- 2) выделение целевой аудитории и сегментов туристского рынка;
- 3) выбор методов продвижения;
- 4) определение бюджета программы продвижения;
- 5) разработка системы сбалансированных показателей мониторинга реализации.

Разберем эти блоки и этапы более подробно, и в качестве объекта исследования мы выбрали Каркаралинский район Карагандинской области.

Согласно современным экономическим теориям индустрию туризма и гостеприимства следует рассматривать как туристскую дестинацию. Это некая территория, обладающая туристским потенциалом и привлекательностью и развитой туристской инфраструктурой [4].

Каркаралинский район расположен в восточной части Карагандинской области. Районным центром является город Каркаралинск, который расположен у подножья горы Каркаралы, на высоте 815 м над уровнем моря, город был основан в 1824 году. На территории района находятся Каркаралинский Государственный Национальный Природный Парк, Кувское лесничество, Каркаралинский заказник и Кентские горы.

Туристский потенциал Каркаралинского района характеризуется наличием природных и культурно-исторических туристских ресурсов, таких как «Чертово озеро» и озеро «Бассейн», большая палатка и пещера первобытного человека, калмыцкий вал и развалины буддийского храма XVI века «Кызыл Кент», причудливые оазисы Кентских гор и др. Также интерес для туристов представляют достопримечательности г.Каркаралинска, это Дом Абая, Мечеть Кунанбая, старинные здания купцов Рязанцева и Бекметова, место захоронения Мади Бапиулы, историко-краеведческий музей с выставленными около 4 900 экспонатами.

На сегодняшний день национальным парком разработано и утверждено 6 экологических маршрутов: 1-конный, 1-лыжный и 4-пеших к наиболее примечательным природным местам.

В перспективе природные условия создают благоприятные условия для строительства горнолыжно-роллерной базы, включающей гостиницу, лыжную трассу, подъемник и всю другую необходимую инфраструктуру на склонах горы «Бугылы».

В Каркаралинском районе, как одном из центров рекреационного отдыха, в настоящее время функционирует 1 туристская фирма «Каркаралы бағдары», 2 гостиницы (110 койко-мест), более 15 домов отдыха и оздоровительных лагерей, 6 гостевых домов, которые находятся в пос.Кент, в пос.им.Касым Аманжолова и г.Каркаралинск. Также на территории

районного центра функционирует 6 пункта общественного питания и более 80 торговых точек.

Обобщение туристского потенциала Каркаралинского района показал, что экологический и горный туризм (в дальнейшем спортивный альпинизм) являются наиболее перспективными видами развития туризма.

При этом, учитывая локацию и туристское пространство, в реалиях мы понимаем, что туристская дестинация Каркаралинского района не может конкурировать с развитыми мировыми центрами в этой области, поэтому охват и уровень туристского продукта оцениваем как региональный.

Среди всех возможных направлений развития этих видов туризма остановимся на экологическом туризме для школьников и студентов Карагандинской области «Жас барыс». Основной целью продвижения данного тура является повышение экологической ответственности и культуры молодежи, сохранение экологического баланса Каркаралинского природного парка.

Данный проект можно начинать со школ Каркаралинского района, далее подключать школы всей Карагандинской области. Для повышения социальной значимости проекта можно реализовать подобные проекты для молодежи детских домов, интернатов.

Программа экологического тура должна содержать соревновательную составляющую по всему маршруту.

Субъектами управления в сфере оказания туристских услуг являются: субъекты туристской деятельности (туроператоры, турагенты, представители гостиничного сектора и др., их ассоциации и союзы), формирующие предложение и осуществляющие его реализацию; органы государственной власти и местного самоуправления, нормативно регламентирующие и регулирующие деятельность туроператоров и турагентов [5].

Очень важно критически оценивать ход реализации проекта, в связи с чем предполагаем разработку ключевых показателей эффективности (KPI), под которыми зачастую понимают инструменты, способствующие качественному и количественному измерению поставленных целей. Часто анализ индикаторов устойчивого развития туризма является первым этапом на пути формирования и реализации программ развития туристской отрасли. В этом случае разработка индикаторов устойчивого развития выступает как катализатор процесса планирования.

В нашем случае экономическая эффективность развития туризма на микроуровне характеризуется системой экономических показателей, которые отражают количественный объем реализации туристских услуг и их качественную сторону:

- объем туристского потока (количество проведенных человеко-дней);
- улучшение состояния природной среды;
- состояние и развитие материально-технической базы и инфраструктуры;
- показатели финансово-экономической деятельности проекта.

Стоимость бюджета на само продвижение данного тура минимальна, поскольку полностью информирование о ходе формирования и реализации проекта можно осуществить через управление образования Карагандинской области и гороно.

Главным образом, в реализации проекта следует уделить материально-технической базе. На территории парка имеются ряд туристских баз и домов отдыха, относящиеся к сфере образования, в частности «Кооператор», «Политехник», «Медик», «КарГУ» и др.

Необходимо отметить следующие проблемы:

- низкое качество программных документов, в которых отражены концептуальные основы развития туристской отрасли;
- неполное понимание туристскими ассоциациями их роли и задач, отсутствие долгосрочной стратегии развития;
- наличие очень серьезных проблем в жизнеобеспечивающей и транспортной инфраструктуре сферы туризма;

– эффективность гостиничных организаций остается достаточно низкой. Низкая заполняемость гостиниц является следствием достаточно высоких цен на размещение, низкого уровня сервиса.

– почти полное отсутствие стратегических планов в средних и малых предприятиях, занимающихся размещением туристов, организацией питания, оказанием услуг отдыха и развлечений для туристов;

– несоответствие видения, стратегий и задач государства, туристских ассоциаций и предприятий.

Данные проблемы ограничивают возможности полноценной реализации туристского потенциала Каркаралинского района. Их решение требует совершенствования стратегического планирования в государственных учреждениях, туристских ассоциациях и предприятиях. Кроме того, стратегическое управление на всех уровнях должно гармонично сочетаться с концепцией развития туристской отрасли Каркаралинского района, которая в свою очередь должна включать основные приоритеты и принципы развития туристской отрасли.

Таким образом, реализация данного проекта соответствуют основному направлению Концепции развития индустрии туризма в Республике Казахстан до 2025 года – развитие экологического туризма и экологического просвещения, в том числе на особо охраняемых природных территориях. Данный проект может стать и традиционным, привязав его в реализации программ «Рухани жаңғыру».

В целом, к основным направлениям реализации данного проекта следует отнести:

– повышение качества и доступности туристских продуктов и услуг экологического туризма;

– развитие туристских ресурсов региона;

– обеспечение транспортной доступности туристских дестинаций и объектов;

– формирование эффективной системы продвижения туристского потенциала региона на внутреннем рынке.

Подобные проектов в зарубежной практике очень много, начиная от простых походов, заканчивая международными и национальными экологическими движениями. Международный опыт показывает, что активная государственная политика, направленная на создание условий для развития туристической инфраструктуры, привлечение частных инвесторов, создание благоприятных экономических условий для деятельности индустрии туризма, позволяет индустрии туризма играть важную роль в социально-экономическом развитии. Мировой опыт также показывает, что страны, которые активно развивают туризм, выделяют бюджетные средства на реализацию национальных проектов и программ, которые предоставляют качественные туристические услуги своим гражданам.

Библиографический список

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учеб. пособие для вузов / А. Ю. Александрова. – Москва : Аспект Пресс, 2001. – 470 с.

2. Боголюбов, В. С. Экономика туризма : учебное пособие / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – Москва : Академия, 2008. – 189 с.

3. Машкович, Е. А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики / Е. А. Машкович // Известия ИГЭА. – 2007. – № 6. – С. 89-91.

4. Зорин, И. В. Туризм и отраслевые системы : учебник для вузов туристического профиля / И. В. Зорин, А. И. Зорин, Т. А. Ирисова. – Москва : Финансы и статистика, 2001. – 270 с.

5. Индустрия туризма и гостеприимства Республики Казахстан: проблемы и механизмы развития / А. К. Жуспекова, Н. Д. Кенжебеков, Б. Т. Матаева [и др.]. – Караганда : Типография КЭУ Казпотребсоюза, 2015. – 269 с.

14 Развитие гостиничного дела в современных условиях

УДК 338.48

Совершенствование управления персоналом в индустрии гостеприимства

Доскальева Баян Биккайровна

доктор экономических наук, профессор

Карагандинский университет Казпотребсоюза, Караганда, Казахстан

doskaliyab@mail.ru

Жетписов Сагындык Уразгулович

кандидат географических наук, доцент кафедры Туризма и ресторанного дела,

Карагандинский университет Казпотребсоюза, Караганда, Казахстан

doskaliyab@mail.ru

Вавринюк Галина Васильевна

директор ТОО Гостиница «Космонавт», Караганда, Казахстан

doskaliyab@mail.ru

Аннотация. Тенденции в развитии экономики и возрастающая роль человеческого фактора значительно расширяют возможности инновационного развития кадрового потенциала компаний. Инвестиции в человеческий капитал, возрастающая потребность в опытных и квалифицированных специалистах на предприятиях определяют необходимость в подготовке специалистов с инновационным типом мышления с целью интенсивного развития инновационной экономики.

Именно поэтому инновационное развитие кадрового потенциала имеет стратегическое значение и является одной из важнейших характеристик устойчивого развития и роста предприятий в национальной экономике.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, конкурентоспособный персонал, актуальные требования к персоналу в отрасли, новые направления деятельности в управлении человеческими ресурсами.

Improving staff management in the hospitality industry

Doskaliyeva Bayan

doctor of Economics, Professor Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Kazakhstan

doskaliyab@mail.ru

Zhetpisov Sagyndyk

candidate of Geographical Sciences, associate Professor of the Department of Tourism and

Restaurant Business, Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Kazakhstan

doskaliyab@mail.ru

Vavrinyuk G. V.

director of the Cosmonaut Hotel LLP

doskaliyab@mail.ru

Annotation. Trends in the development of the economy and the increasing role of the human factor significantly expand the possibilities of innovative development of the personnel potential of companies. Investments in human capital, the increasing need for experienced and qualified specialists at enterprises determine the need to train specialists with an innovative type of thinking in order to intensively develop an innovative economy.

That is why the innovative development of human resources is of strategic importance and is one of the most important characteristics of the sustainable development and growth of enterprises in the national economy.

Keywords: hospitality industry, competitive personnel, current requirements for personnel in the industry, new areas of activity in human resource management.

Инновационный процесс в последние десятилетия связан с формированием нового типа экономического развития, основанного на непрерывном изменении производственной базы и характера выпускаемой продукции, на непрерывном создании принципиально новых технологий и новых видов товаров и услуг. В условиях глобализации, ужесточившей конкуренцию на мировых рынках актуализирующей проблему конкуренции новизны и качества, инновации превратились в главный вектор экономического развития [1].

Инновационный тип развития изменил характер протекания производственных процессов. Основная часть инновационных сдвигов генерируется в процессах деятельности людей, за пределами сферы массового производства, либо в сфере разработки идеи товара и услуги, либо в сфере реализации продукта на рынке. Процессы массового производства становятся всё более прозрачными, оптимизированными, доступными для копирования. Учеными и практиками уже осознано, что роль материальных факторов становится всё более опосредованной, зависимой от органически включенного в народнохозяйственную структуру созидания человеком новых идей организационного, научного, технического характера.

Осмысление о новой роли человека в экономическом развитии высказал Т.Шульц [2], опираясь на исследования Э.Денисона [3]. Последний доказал на большом статистическом массиве данных, что только половина прироста валового национального продукта, полученного США в XX веке была произведена за счет технических нововведений и производственного оборудования. Осмысление мировым научным сообществом новой роли человека в производственном процессе и теоретическое обобщение этой новой социально-экономической формы реализации способностей человека к труду ввело в мировую науку категорию «человеческий капитал».

Нельзя не отметить, что научная мысль в предыдущие эпохи, так или иначе, признавала значение уровня профессиональной подготовки рабочей силы для процесса производства.

Истоки данной концепции прослеживаются в трудах классиков экономической науки, так как мысль о том, что рабочая сила является одним из факторов производства, а процесс воспроизводства в широком аспекте включает не только воспроизводство товаров, но и рабочей силы раскрывается в трудах А.Смита, К.Маркса, Дж.Стюарта Милля и многих других теоретиков.

Особенное значение в рассмотрении экономической категории человеческого капитала, процесса его воспроизводства имеют взгляды и теоретические положения К.Маркса, которые изложены им во многих трудах.

По сути К.Маркс считал, что работник обладает собственностью на свою рабочую силу, которая будучи товаром, путем купли-продажи отчуждается от работника, приобретая форму переменного капитала, принадлежащего работодателю. «Мы должны проводить следующее различие: рабочая сила в руках рабочего является товаром, а не капиталом; ею обуславливается доход для него лишь постольку, поскольку он может постоянно повторять её продажу; в качестве капитала она функционирует после продажи в руках капиталиста, во время самого процесса производства. Именно купля-продажа рабочей силы определяет её в качестве элемента капитала, вследствие чего капитал представляется созидателем товаров» [4]. В современной экономической энциклопедии, опубликованной под редакцией Л.И.Абалкина, капиталом называется то, «что способно приносить доход». Р.М.Нуреев, в своих трудах приводит значение капитала в широком смысле слова – это любой ресурс, создаваемый с целью производства большого количества экономических благ [5].

Это наиболее общие понятия, рассматривающие капитал как технический фактор с точки зрения его роли в процессе производства, а не капитал, как категорию общественных отношений.

Если же всё же рассуждать в русле политэкономии, то есть в контексте общественных экономических отношений, то очевидно, что фактически рабочая сила, не будучи капиталом при её продаже, становится таким в распоряжении предпринимателя, когда используется в процессе производства. Рабочая сила, будучи товаром, имеет стоимость и потребительную

стоимость. Стоимость рабочей силы сводится к стоимости жизненных благ рабочего и его семьи. Естественно, что рабочего интересует такой уровень заработной платы, который позволил бы ему приобрести необходимый объем жизненных благ. Так что рабочего, интересует цена своей способности к труду – заработная плата.

С позиции же концепции «человеческого капитала» человек с получением образования становится как бы владельцем двух факторов: труда и человеческого капитала. Каждый из них создает предельный доход, составляющий в сумме заработную плату. Причем меньшая её часть (неизвестно какая) поступает работнику за обычный труд, а большая – приносится человеческим капиталом. Другими словами, заработная плата современного работника рассматривается как сочетание рыночной цены простого труда и рентного дохода от вложения в человеческий капитал. Но механизм формирования рентного дохода также остается не проясненным, как и разделение дохода работника на доход от простого труда и доход от ренты на человеческий капитал.

В то же время, необходимо отметить, что научная мысль, согласившись с трактовкой «человеческий капитал», сосредоточилась на образовании и инвестициям в образование, как основном факторе, определяющем ценность человеческого капитала в условиях рынка. Классики направления Э.Дэнисон, Т.Шульц, Г.Беккер, Л.Туроу, Дж. Минцер, И.Хигучи сосредоточились в своих исследовательских программах именно на установлении взаимосвязи между уровнем образования отдельного работника и получаемыми от этого выгодами как им самим, так и всем обществом.

Образование и здравоохранение считаются факторами длительного действия, так как продуктом процесса образования является качественно новая рабочая сила с высоким уровнем квалификации, способная к труду большой сложности и на большем временном промежутке.

При такой трактовке мы выходим на понятие человеческого потенциала, который является основным показателем уровня социально-экономического развития общества в современном мире и признается всеми международными организациями: ПРООН, МОТ и другими.

Безусловной новизной методологического подхода основателей теории человеческого капитала является формирование ими нового взгляда на развитие экономики в 20 веке. Традиционно в рамках научных исследований изучение факторов, формирующих рабочую силу (таких как образование, здравоохранение, демографические тенденции) не проводилось в рамках инвестиционного подхода.

Теория человеческого капитала выделила проблему «инвестиций в человеческий капитал» и ввела показатели, охватывающие весь жизненный цикл работника (такие как пожизненные заработки, уровень здоровья и др.)

Народнохозяйственный уровень обосновывает макро-эффект от вложений в человеческий капитал. По мнению Г.Мюрдаля экономисты долго были «склонны игнорировать инструментальную ценность таких вложений, по той причине, что эффект, получаемый от улучшения качества населения слишком рассеян, проявляется долгое время спустя и трудноизмерим. Однако, в конце 20 века группа специалистов Всемирного банка обосновала *расширительную концепцию национального богатства*, выделив в нем три основные составляющие: человеческий капитал; природный капитал; воспроизводимый капитал (основные производственные и непроизводственные фонды, оборотный капитал, домашнее имущество).

Эта концепция методологически опирается на теорию Т.Шульца о человеческом капитале, как о накопленных в стране затратах на воспроизводство рабочей силы независимо от источника их покрытия (семейные бюджеты, текущие издержки производства, государственные расходы на социальные нужды). Результатами таких инвестиций являются: накопление способности человека к труду, его созидательная деятельность в обществе, поддержание самой жизни и здоровья людей [2].

Он также обосновал необходимость расширительной трактовки ряда категорий воспроизводства, особенно накопления. (В текущей системе СНС большая часть затрат на воспроизводство человеческого фактора отражается в составе показателей текущего потребления, таких как фактическое конечное потребление, трансферты государства и корпораций в денежной форме, натуральные трансферты государства и т.д.) Т.Шульц предположил, что из производимого в обществе продукта на накопление человеческого капитала используется уже не $\frac{1}{4}$, как считали ученые в начале 20 века, а $\frac{3}{4}$ от общей его величины.

Результаты анализа национального богатства, основанные на теоретических изысканиях и открытиях Т.Шульца, Э.Дэнисона и других, отразили процесс, который идет в экономических системах с середины 20 века - становление новой роли человеческого капитала в современной экономике. Возрастание роли человеческого капитала явилось реакцией на изменения в технологических процессах, которые стали обновляться не раз в 35-40 лет, как ранее, в среднем через 10-8 лет. В начале 21 века средний период обновления технологий и техники сократился до 4-5 лет, а в наиболее развитых отраслях до 2-3 лет. Это естественно отразилось на требованиях к работнику. Если в 19-начале 20 века от подавляющего числа профессионалов требовалось усвоить определенный круг знаний, навыков и умений и исполнять свои обязанности в соответствии с раз навсегда определенным порядком, то во второй половине 20 века требования стали другими. Сегодня от работника требуется творческий подход к своим профессиональным знаниям и обязанностям, умение усваивать новые методы профессиональной деятельности.

Инновационный тип развития обусловил особенности формирования и функционирования человеческого ресурса в современной экономике: непрерывная связь образования с производственной деятельностью на протяжении всей трудовой жизни – непрерывное переобучение; значительный творческий элемент в процессах труда, т.е. не просто накопление новых знаний и навыков в процессе трудовой деятельности, но и умение их творчески применять, т.к. вырабатывать новые методы и приемы в повседневной работе; требование непрерывного образования и активизации творческих возможностей относится не только к отдельным работникам, но и коллективу в целом. То есть речь идет о формировании интеллектуального капитала фирмы, как части её неосязаемых активов. (Такие активы включают две структурные части: совокупность знаний и умений работников вкуче с их творческими способностями и культурой фирмы и структурный капитал фирмы: её информационные базы, организационная система, принадлежащие ей патенты и торговые марки.); базовым принципом управления инновационным процессом, как на уровне фирмы, так и на уровне государства становится принцип синергетики, который реализуется в управлении знаниями (knowledgemanagement): управлении потоком информации технологического, патентного, рыночного характера, что предъявляет специфически требования и к работникам и к менеджерам.

Интеллектуальный капитал фирмы и страны в целом становится необходимой предпосылкой для включения фирм и стран в мировое экономическое пространство с наибольшей выгодой для страны и уровня жизни её граждан. В числе четырех основных детерминант, включенных М.Портером в «национальный ромб» конкурентоспособности, фактор человеческого капитала является обязательной его частью, определяющей конкурентоспособность страны в мировой экономической системе. Полноценное и продуктивное участие страны в новой экономике, которая растет в мировых масштабах, невозможно без современного качества человеческого капитала. Эффективная реализация человеческого капитала в условиях глобализации экономической жизни немыслима без включения в инновационные сети, которые являются особенностью глобальной системы разделения труда.

Производительный потенциал новейших технологий зависит от качества систем подготовки кадров от уровня квалификации, который они обеспечивают. Фактически

овладение высококачественными профессиональными навыками и компетенциями и креативное их совершенствование становится необходимой реакцией на изменения технологии производства, динамично меняющегося требования к качеству и производительности труда.

Особенности организации инновационного процесса в современных экономических системах в условиях глобализации научных контрактов, финансовых потоков, производственных и маркетинговых сетей создают своеобразные центры притяжения инновационной деятельности, стягивая к себе человеческий и вещественный капитал. Как обобщают эксперты ООН, усиление конкуренции заставляет фирмы специализироваться в основной сфере своей компетенции и полагаться больше, чем ранее, на кооперацию с внешними партнерами (поставщиками, покупателями и даже конкурентами). Возможности сетевых связей побуждают ТНК проводить операции в рамках кластеров фирм. Кластеры – это сосредоточение фирм одной или нескольких отраслей, в которых используется эффект синергии, возникающий в результате взаимодействия конкурентов, поставщиков и потребителей в рамках сети.

При этом значимость сложившихся в стране системы образования, научной базы, информационных сетей, институтов и культуры резко возрастает. М.Портер пишет об этом явлении так: «Глобализация ведет к парадоксу. Велик соблазн предположить, что страна базирования уже не играет роли в обеспечении международного успеха её фирм. На первый взгляд фирмы стали важнее страны. Но на самом деле конкурентоспособность передовых отраслей всё больше определяется особыми знаниями, навыками и уровнем инноваций, которые всё больше воплощаются в квалифицированной рабочей силе и организационных механизмах. Процессы подготовки квалифицированных трудовых ресурсов, как и некоторые важные факторы, влияющие на темпы инноваций, детерминированы местным происхождением. Парадоксально, но более открытая глобальная конкуренция увеличивает значимость местной базы».

Содержание современной парадигмы социально-экономического развития определяется тем, что исходной предпосылкой и одновременно главным результатом национального богатства страны является накопленный обществом уровень профессиональной компетентности, творческой и предпринимательской активности, здоровья и качества жизни населения.

Современная туристская индустрия, базирующаяся на уникальном природном и культурном потенциале Республики Казахстан, является естественным системообразующим фактором гибкой интеграции туризма в систему мировых хозяйственных связей, одной из наиболее динамично развивающихся и эффективных по отдаче на вложенный капитал отраслю, несмотря на ее капиталоемкость.

На своевременном этапе необходимо было исследовать активность регионов республики. Планомерное решение проблем увеличения привлекательности регионов республики для туристов, разработки и внедрения дополнительных программ развития туризма в регионах, их своевременное финансирование и модернизация действующей инфраструктуры позволит в будущем значительно увеличить привлекательность всех туристских регионов Казахстана.

Решение проблем современного туристического рынка Казахстана должно проводиться поэтапно, совместно с представителями исполнительной власти на местах, в регионах, что позволит значительно упростить и ускорить процессы формирования туристской привлекательности республики на мировом рынке туристических услуг.

В заключение хотелось бы отметить - для того, чтобы отрасль туризма стала высокодоходной, как показывает мировая практика развития туризма, необходима консолидация усилий всех участников туристского рынка, государственного и частного секторов. И здесь роль Правительства республики заключается в обеспечении координации политики развития и планирования в туристской индустрии на межгосударственном, государственном и частном уровнях.

При комплексном решении всех задач, оговоренных выше, несомненно, в ближайшие годы будет обеспечено создание конкурентоспособной туристской индустрии, способной к деловому сотрудничеству в рамках международной торговли услугами в сфере туризма и отдыха. В связи с этим, серьезные обязанности возникают у государства в связи с обеспечением экономики и конкурентоспособных кластеров человеческими ресурсами соответствующего качества. Становление высокотехнологичных отраслей и современного уровня сервиса диктует высокий уровень образования, профессионального мастерства, знаний и культуры, умения обращаться с современной техникой. Высокий уровень образования и формирование умения развивать свой потенциал является необходимой предпосылкой адаптации работника к перманентному процессу совершенствования процессов производства. Для того, чтобы осуществлять такую сложную деятельность, человеку нужно не только креативное образование, но и качественное здравоохранение, возможность мобильности рабочей силы, наличие информационных полей и умение с ними работать и другие условия. Поэтому образование, здравоохранение, профессиональная подготовка, поиск экономически значимой информации, мобильность рабочей силы, воспитание и уход за детьми относятся западными экономистами к основным направлениям «инвестиций в человеческий капитал».

Результатом развития современных конкурентоспособных стран является наличие инновационных систем и человеческого потенциала, способного эти системы поддерживать и развивать. Несмотря на концептуальную незавершенность теории человеческого капитала, причинно-следственная связь между уровнем образования, здоровья и мобильности человеческого ресурса и уровнем конкурентоспособности национальной экономики научно обоснована и признана мировым сообществом.

Именно поэтому инновационное развитие кадрового потенциала имеет стратегическое значение и является одной из важнейших характеристик устойчивого развития и роста предприятий индустрии гостеприимства.

Библиографический список

1. Иванов, Н. Человеческий капитал и глобализация / Н. Иванов // МЭ и МО. – 2004. – № 9. – С. 19–31.
2. Schulz, Th. W. Investment in Human Capital. The Role of Education and Reserarch. The Free Press / Th.W. Schulz. – N.Y, 1971. – 272 p.
3. Дэнисон, Э. Исследование различий в темпах экономического роста / Э. Дэнисон. – Москва : Прогресс, 1971. – 654 с.
4. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Том 25. – Часть 2. – С. 8.
5. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. совет изд-ва «Экономика» ; Ин-т экономики РАН ; Под ред. Л.И. Абалкина. – Москва : Экономика, 1999. – 271 с.

УДК 640.41

Экологические аспекты деятельности гостиничных предприятий

Савутькова Анастасия Викторовна

*старший преподаватель кафедры сервиса и туризма ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики», Россия, г. Санкт-Петербург
ivochkina.nastya@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются основные принципы организации эко-отелей и их особенности.

В статье выявляются положительные аспекты функционирования эко-отелей, рассматриваются практические особенности функционирования экологических отелей.

Ключевые слова: устойчивое развитие, эко-отели, ресурсосберегающие технологии

Environmental aspects of the activities of hotel enterprises

Savutkova Anastasia

*senior lecturer of the Department of Service and Tourism, Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics
ivochkina.nastya@mail.ru*

Annotation. The article discusses the basic principles of the organization of eco-hotels and their features.

The paper identifies the positive aspects of the functioning of eco-hotels, considers the practical features of the functioning of ecological hotels.

Keywords::sustainable development, eco-hotel, resource-saving technologies

Забота об окружающей среде уже давно стоит на повестке дня и является одной из самых обсуждаемых в последние годы. Все большую популярность набирает такое направление, как эко-туризм. Отели приходится бороться за каждого гостя и искать новые формы существования.

Именно поэтому в последнее время одним из популярных направлений развития в туристической отрасли стало функционирование «зеленых» отелей, важным условием которых является сохранение комфорта проживания гостей и внедрение экологических технологий, позволяющих снизить вредное влияние на окружающую среду.

На данный момент не существует единого определения эко-отелей, а потому существуют разные подходы к содержанию данного понятия.

К примеру А.Ю. Боровков и С.И. Трунов определяют эко-отель как отель, расположившийся в природной зоне с юридическими ограничениями по типу застройки, этажности, функционирующий по принципу гармоничного соседства с природой, не загрязняя окружающую среду и использующий только экологичные моющие средства, водосберегающую сантехнику и отдельный сбор мусора [1, 76].

А вот по мнению В.В. Тесленко и Е.В. Романовой, эко-отель представляет собой эко-устойчивую гостиницу или жилье, внесшее в свою структуру существенные экологические улучшения, чтобы свести к минимуму воздействие на окружающую среду. [3, 414].

На сегодняшний день не существует четкой классификации и набора характерных черт эко-отелей. Очень часто отельеры используют приставку «эко» без особых оснований, в целях привлечения большего количества постояльцев.

Экологический отель – это гостиничное предприятие, целью которого является улучшение состояния окружающей среды путем сведения к минимуму собственного негативного воздействия на нее.

Большинство эко-отелей располагается в уникальных природных комплексах — в заповедниках и охранных зонах, на берегах чистейших рек, озер, но в то же время данная категория отелей может присутствовать и в мегаполисах [2, 23].

Для отелей и туроператоров Глобальным Советом по устойчивому туризму разработаны Отраслевые критерии – устойчивое управление туристической отраслью частного сектора, в рамках которых подробно разработаны критерии для работы отелей и туроператоров, в число которых входит и экологизация деятельности гостиничных предприятий.

Критерии необходимы для того, чтобы гостиничный бизнес начал развивать следующие направления: развивать новые, более экологичные направления; помогать потребителям гостиничных услуг выбирать предприятия, ориентированные на устойчивое развитие; информировать сообщество, в том числе через средства массовой информации, о развитии и существовании в том или ином гостиничном предприятии услуг, ассоциированных с устойчивым туризмом; оказание помощи программам добровольной сертификации и добровольным целевым программам наилучшим образом соответствовать

выбранным критериям устойчивого туризма; совместно с правительствами, неправительственными и частными организациями разрабатывать требования по устойчивому туризму; проводить обучение заинтересованных сторон основным принципам устойчивого туризма.

В качестве инновационной концепции эко-отели имеют ряд особенностей, отличающих их от рядовых отелей, в их числе:

- используются возобновляемые источники энергии (солнечная энергия, сила ветра);
- применяется программа утилизации отходов;
- использование материалов, пригодных для вторичной переработки.
- замена косметические средства на органические аналоги. Предоставление натуральных и органических мыл, шампуней, гелей для душа в биоразлагаемой или повторно перерабатываемой упаковке от сертифицированных эко-производителей не только произведет впечатление на гостей, но и уменьшит загрязнение воды и выброс отходов.

К примеру, одна из самых известных экологически чистых линий косметики для номерного фонда представлена брендом Eco by Green Culture. В производстве этой серии используются только природные быстро возобновляемые ингредиенты. В качестве упаковки применяется пластик вторичной переработки, пригодный для дальнейшего перерабатывания.

Эта марка эко-косметики для гостиниц также получила европейский сертификат Eco Label и скандинавский сертификат соответствия экологическим стандартам Nordic ecolabel.

- применение в гостиницах системы «умный дом»;
- установка диспенсеров. Помимо использования эко-косметики рекомендуется использовать диспенсерные (дозаторные) системы. При помощи дозаторов флакона любого косметического средства объемом 300 мл может хватить на 4 недели использования при загруженности номеров на 65%;

- замена средства личной гигиены. Рекомендуется заменить обычную туалетную бумагу, бумажные полотенца и салфетки на сертифицированные эко-маркировкой «Европейский цветок», FSC или на изготовленные из вторсырья без использования отбеливания.

Экологический знак FSC указывает на то, что использованная для изготовления различной продукции древесина, происходит из лесов, контролируемые жесткими экологическими стандартами.

- Установка воздушных тепловых насосов. В основе работы воздушного теплового насоса лежит процесс аккумуляции низкопотенциального тепла воздуха при испарении, циркулирующего в замкнутом контуре хладагента, и последующему переносу тепла в отопительную систему гостиницы при конденсации хладагента.

Его можно использовать в различных частях здания для локального обогрева или охлаждения, тем самым уменьшая зависимость здания от центральных отопительных систем.

- сокращение использования пластиковых бутылок. Одноразовые пластиковые бутылки для воды можно заменить на многоразовые стеклянные с фирменным логотипом. В дополнение к этому коридоры отеля оснащаются заправочными станциями для их повторного наполнения питьевой водой. Это значительно сокращает потребление и переработку пластика на территории всего отеля, а также потребление питьевой воды, так как гости смогут сами контролировать уровень наполняемости бутылок.

Для введения принципов устойчивости в свои гостиницы отельеры прибегают к разработке инновационных проектов экономии ресурсов и окружающей среды. Одним из таких примеров эко-инновации может послужить экологический курорт AquaCity в Словакии, для отопления которого используется ветряная и солнечная энергия на всей территории комплекса.

В гостинице «Арапат Парк Хаятт Москва» оптимизация работы системы кухонного оборудования, кондиционирования, вентиляции позволила сократить потребление электроэнергии на 18% и тепловой электроэнергии на 9%. Отель Forum Homini в Африке,

отличаясь своим уникальным проектом с зелеными крышами, охлаждающими внутреннее пространство летом и создающими условия для сохранения тепла во время зимы, уменьшил потребление электроэнергии на 75%.

2022 год стал стратегически важным годом для программы устойчивого развития Radisson Hotel Group. В соответствии со своим обязательством стать углеродно-нейтральной компанией к 2050 году, группа реализовала ряд инициатив, включая углеродно-нейтральную трансформацию. Благодаря утвержденным Science Based Targets initiative (SBTi - группа международных организаций, помогающих компаниям устанавливать цели по сокращению выбросов) научно обоснованным целям по сокращению выбросов углерода до 2030 года Radisson Hotel Group вошла в число ведущих компаний, цели которой в сфере ответственного бизнеса соответствуют общемировым климатическим целям Conference of the Parties (COP - климатический саммит). Группа также подписала Декларацию Глазго и присоединилась к концепции «Положительное отношение к природе» (Nature Positive) в сфере гостиничного бизнеса.

Кроме того, Radisson Hotel Group поделилась стратегией использования возобновляемых источников энергии и представила руководство по строительству и перестройке «зеленых» зданий Build Planet.

Совместно с Альянсом устойчивого развития в сфере гостеприимства и Всемирным советом по путешествиям и туризму Radisson Hotel Group предлагает общий, доступный для всех отелей путь к устойчивому развитию гостиниц. Группа сыграла ведущую роль в разработке «Основ устойчивого развития отелей», чтобы все гостиницы руководствовались ключевыми принципами в сфере ответственного бизнеса.

Для сбора пластиковых отходов на территории гостиницы оборудовали специальные контейнеры, содержимое которых направят на завод для вторичной переработки. Вырученные за вторсырье средства передаются фонду «Волонтеры в помощь детям-сиротам».

Благодаря сбору пластиковых отходов, детям с особенностями развития, которые воспитываются в приемных семьях, предоставляются коляски и приобретается другое дорогостоящее оборудование и реабилитационная техника.

Radisson Slavyanskaya постоянно расширяет социальную ответственность и поддерживает различные благотворительные инициативы, в числе которых международная акция «Час Земли», а также совместные проекты с фондом «Подари жизнь». Сотрудники гостиницы уже много лет являются волонтерами Центра содействия семейному воспитанию «Кунцевский» – проводят время с детьми, благоустраивают территорию, а собранные на корпоративных благотворительных базарах средства передают на нужды Центра.

В рамках благотворительной акции «Турбизнес с открытым сердцем» Radisson Slavyanskaya предоставляет фонду «Дом с маяком» сертификаты на проживание, а вырученные от их реализации средства направляются нуждающимся в лечении детям.

Управляющая компания сети отелей «Туррис» сотрудничает с Ленинградским зоопарком и опекает Капибара по кличке Клинк и Манула по кличке Свэн.

Таким образом, эко-отели призваны связать человека с окружающей средой, создать условия для гармоничного развития современного общества в формате бережного отношения к природе.

Библиографический список

1. Боровков, А. Ю. Экоотель в России – реальность и будущее / А. Ю. Боровков, С. И. Трунов // Сб. науч. трудов 3-й Международ. науч.-практич. конф. молодых учёных, аспирантов, магистров и бакалавров. – Курск : Юго-Западный гос. ун-т, 2019. – С. 76–80.
2. Отто, О. В. Влияние экологического фактора на развитие гостиничного бизнеса / О. В. Отто // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2017. – С. 22–28.
3. Тесленко, В. В. Трансформация гостиничных услуг под новые виды туризма на примере экоотелей и экологического туризма / В. В. Тесленко, Е. В. Романова // Здоровье человека, теория и методика физической культуры и спорта. – 2019. – № 4 (15). – С. 414–419.

**К вопросу о современном состоянии и перспективах развития
профессии экскурсовода**

Баскакова Ирина Владимировна

*доцент кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
кандидат исторических наук, доцент,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
baskairina@ya.ru*

Аннотация. В данной статье предпринята попытка сформулировать проблемы, связанные с методическим обеспечением и подготовкой экскурсоводов (гидов). Это связано, прежде всего с требованиями, прописанными в профессиональном стандарте «Экскурсовод (гид)».

Ключевые слова: экскурсовод, профессиональный стандарт, методическое обеспечение, профессиональная этика, имидж экскурсовода.

**On the issue of the current state and prospects for development
of the professions of a tour guide**

Baskakova Irina

*Associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
baskairina@ya.ru*

Annotation. This article is an attempt to formulate problems related to the methodological support and training of guides (guides). This is primarily due to the requirements prescribed in the professional standard «Guide (guide)».

Keywords: guide, professional standard, methodological support, professional ethics, image of the guide.

1 сентября 2022 г. вступил в силу профессиональный стандарт «Экскурсовод (Гид)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. N 913н [1]. Документ, с одной стороны, конкретизировал требования к квалификационным характеристикам экскурсовода (гида), с другой – сделал явными некоторые проблемы, связанные с исполнением возложенных требований. Между тем, экскурсовод (Гид) продолжает оставаться лицом региона, человеком, продвигающим культуру, традиционные ценности и уникальность региона и народов, живущих на его территории. Но возможно, если экскурсовод обладает экскурсоводческим мастерством и профессиональным мастерством экскурсовода (термины и определения даны классиком экскурсоведения Б.В.Емельяновым).

«Экскурсоводческое мастерство - это вид мастерства, который, помимо своей специфической профессиональной основы, включает в себя элементы других видов мастерства (педагогического, лекторского и др.). Это мастерство находит выражение в уровне исполнения тех методических рекомендаций, которые обеспечивают высокое качество преподнесения экскурсионного материала. Мастерство экскурсовода неотъемлемо от владения основными положениями экскурсионной теории и методики и их постоянного использования. Профессиональное мастерство экскурсовода - это особый вид искусства, который построен на активном использовании и умелом сочетании показа и рассказа; участии в процессе восприятия взаимодействия таких компонентов, как экскурсовод, экскурсант и экскурсионные объекты; применении методических приемов ведения экскурсии; владении специфическими умениями и навыками, присущими данной профессии.

Этому мастерству учатся у более опытных специалистов, у самих себя в ходе практической деятельности» [3].

Благодаря данным определениям круг обязанностей экскурсовода становится практически неограниченным. Что же должен делать этот специалист? На этапе разработки экскурсии: составить маршрут и текст экскурсии; провести отбор объектов для показа во время экскурсии; отобрать информационные материалы для проведения экскурсии; определить методические приемы проведения экскурсии; объехать (обойти) маршрут экскурсии; оформить экскурсионную документацию. Еще более широк круг требований к знаниям/умениям. Наверное, это правильно. Тогда возникает несколько вопросов: на каком этапе человек, планирующий стать экскурсоводом, должен осознать, что в этой профессии нужно учиться постоянно? Кто должен осуществлять подготовку экскурсоводов? По каким программам и на какое количество часов? Что ожидают туристы от экскурсовода? Как выстраиваются отношения между тремя основными акторами туриндустрии: туроператорами/турагентами, исполнительными органами власти и самими экскурсоводами?

В настоящее время профессия экскурсовода одна из востребованных на рынке туристического бизнеса. Экскурсовод представляет имидж региона (для внутреннего туризма), страны (для въездного), является своеобразным «неофициальным послом», который предоставляет туристические услуги отдыхающим и туристам во время проведения экскурсий. Основными требованиями, предъявляемые к профессии экскурсовода, продолжают оставаться: использование всех форм коммуникации, владение этикой профессионального экскурсовода, умение поддерживать интерес туристов к предоставляемой информации, устанавливать обратную связь с туристами, использовать стратегию молчания, владеть исчерпывающей информацией по месту, где проводится экскурсия, уметь предвидеть ситуацию и решать возникшие вопросы, иметь при себе необходимое техническое оборудование и др. [3]. После завершения экскурсии необходимо провести самоанализ, отметить сильные места и поработать над слабыми и т.д. – а это все – глубокая аналитическая работа. Экскурсионное дело остро нуждается сегодня в людях с высоким уровнем образования, мобильных, обучаемых, артистичных, обладающих широким кругозором, вкусом и другими достоинствами. Кроме этого, крайне важны такие критерии, как хорошее здоровье (физическая форма), гибкость к возникшим ситуациям, умение координировать работу с поставщиками услуг и местными жителями, владеть основами анимации, уметь сплотить коллектив, проявлять высокий интерес к работе и др.

Региональная особенность организации экскурсионной услуги такова, что многим экскурсоводам приходится работать не столько на непродолжительных городских экскурсиях, сколько ежедневно совершать длительные трассовые экскурсии, находясь в пути 10-12 и более часов, а длительность маршрута нередко превышает 500 км. Во время активного сезона экскурсовод совершает 3-4 подобных экскурсий в неделю, работая несколько дней подряд. В связи с этим возникает еще один вопрос: необходимо ли при формировании групп курсов повышения квалификации (или программ переподготовки) предъявлять требование к состоянию здоровья? Ведь весь опыт формирования профессионального сообщества экскурсоводов показал, что частые простудные заболевания, обострение хронических болезней, переутомление были характерными причинами, по которым многие талантливые экскурсоводы уходили из профессии [4].

Для успешной работы в туризме продолжает оставаться важным такое качество, как стрессоустойчивость экскурсовода. Поводов для жалоб и нареканий из-за некачественного размещения, плохого питания, транспорта и других причин по-прежнему достаточно. Чаще всего возмущение экскурсантов направлено на экскурсовода, хотя его вины в плохих условиях организации экскурсионной услуги нет. Экскурсоводам требуется выдержка, терпение, такт, чтобы погасить конфликт, найти правильное решение, выйти из стрессовой ситуации достойно, не теряя самообладания [4]. Этому тоже можно и нужно учиться.

Чтобы стать экскурсоводом высокого уровня необходим определенный процесс накопления знаний, навыков и опыта в экскурсионном деле. Подготовкой экскурсоводов в Республике Алтай более пяти лет занимается кафедра экономики, туризма и прикладной информатики ФГБОУ ВО Горно-Алтайский государственный университет. За это время сложилась команда педагогов и практиков экскурсионного дела, отработаны учебные планы, создано профессиональное комьюнити (около 300 человек, прошедших КПК «Экскурсовод (Гид) (базовый и продвинутый уровни)), которое продолжает общаться после завершения курсов. Фактический уровень профессионализма слушателей курсов – очень разный: от самого высокого до того уровня, который явно не соответствует профессиональным требованиям (не знают фактический материал, не владеют методикой и техникой подготовки и проведения экскурсии, а некоторые прямо путают экскурсию с туром).

По истечении этого времени, мы уверены, что обучение экскурсовода должно быть системным, сосредоточенным на интенсивном погружении в профессию через такие учебные блоки, как имидж и профессиональное мастерство экскурсовода (положительный визуальный образ экскурсовода, приветливость, доброжелательность, непринужденность), практикумы (библиотечный, как один из предлагаемых), тренинги (речевые практики и психологические особенности выхода из конфликтной ситуации) и, конечно мастер-класс «Учебная экскурсия» (трассовая, ил комбинированная в черте города). «Красной строкой» через все учебные блоки проходит главная мысль: научиться проводить экскурсии для гостей республики с особым трепетом и любовью к историко-культурному наследию региона. Настойчиво советуем включать в основной материал по истории Республики Алтай общую (обзорную) информацию:

1. Краткая информация о регионе (территория, население, экономическое, политическое, социокультурное состояние).
2. История и основные этапы развития Горного Алтая.
3. Этническая карта региона.
4. Особенности развития сельского хозяйства (как пример, мараловодство)
5. Традиционные народные праздники.
6. Развитие литературы и театрального искусства.
7. Традиционные верования коренного населения и др.

Приложенные к подготовке экскурсоводов усилия нашей команды не дают гарантий профессионализма людей, работающих на экскурсионных маршрутах. К сожалению, таких гарантий не дает и бейдж аттестованного специалиста. Причиной этому видится отсутствие системного подхода. В частности: современный экскурсовод предоставлен самому себе, повышает профессиональное мастерство самостоятельно или не работает над собой совсем. В условиях отсутствия в турфирмах методических отделов экскурсоводы сегодня лишены дельных советов от методистов и других опытных специалистов (а в условиях конкуренции опытные экскурсоводы делятся наработанным материалом и опытом крайне неохотно). Отсутствует методический журнал, в котором было бы возможно обмениваться опытом и теоретизировать (интересен опыт журнала «Мир экскурсий, последний выпуск которого вышел в далеком 2016г.). Зачастую не умея работать с научной литературой, экскурсоводы включают в экскурсии непроверенные данные, сомнительные и ошибочные трактовки из Интернет-ресурсов или других источников. При этом нужны такие специалисты, которые умеют сочетать экскурсионную работу с краеведческой деятельностью, пишут статьи и книги, разрабатывают новые экскурсии и путеводители, а также занимаются постоянным самообразованием.

Частым явлением стали нарушение этических норм при проведении экскурсий, нарушение правил безопасности, сумбурность, нелогичность в подаче материала и построении маршрута, неуважительное отношение к местному населению. На экскурсионных маршрутах немало дилетантов, которые самостоятельно определяют для себя критерии качества. Они допускают выход на экскурсии без должной подготовки, допускают

грубые ошибки, излагая фактический материал, позволяют вольные интерпретации исторических фактов, излишне мифологизируют пространственные события. Можно встретить экскурсоводов, внешний вид которых неопрятный, небрежный, не отмеченный вкусом и чувством меры, демонстрирует неуважение к профессии и экскурсантам.

Экскурсоводы в определенной, а иногда и в значительной степени конкурируют между собой, а наставничество, взаимопомощь, которые были в советском туризме нормой, сегодня являются большой редкостью [2]. Далеко не все туроператоры проводят тестовые выезды на экскурсионные маршруты для «новичков». Как правило, опыт приходит через «тернии» и «собственные шишки». Исправить ситуацию могли бы и бесплатные прослушивания на стадии освоения новой экскурсии своих более опытных коллег (удобной формой вполне могут стать мастер-классы на объектах показа). Аттестация экскурсоводов (допуск к проведению экскурсии) происходит не на маршруте, а в аудитории, где нет ни тренажера, ни другого варианта симулятора, который позволял бы вести показ объектов, представленных к защите. Это не позволяет сделать объективного заключения об уровне подготовки экскурсовода, его настоящем потенциале и профпригодности.

Профессия экскурсовода, несмотря на активную востребованность сегодня, – это редкая, даже элитарная, а не массовая профессия, которая требует внимательного отношения. Экскурсоводов нужно готовить так же, как артистов, развивая их всесторонне и уделять много внимания индивидуальной работе с начинающими [4,68]. Сегодня это отлично понимают на самых разных уровнях. Отрадно, что на федеральном уровне появилось несколько профессиональных сообществ, которые охотно делятся своими знаниями и опытом. Площадкой для коммуникации выбран телеграмм-канал для подписчиков «МетОда для экскурсовода» (около 2000 участников, инициатор создания – педколлектив РГУТИСа), «Песочница Экскурсоводов» (более 700 чел., инициатор-практикующий экскурсовод), «Квест-экскурсии для гидов» (около 500 участников) и др. Активную методическую работу на региональном уровне проводит в социальной сети ВК ООО «Ассоциация гидов-инструкторов и экскурсоводов Республики Алтай» (АГИЭРА, <https://vk.com/agiera>, директор-Савченко И.М.).

Специалисты хорошо понимают, что в современных условиях советская четко выстроенная система подготовки и сопровождения экскурсоводов не подходит, и не может быть реанимирована в полном объеме, а в экскурсионной работе сохранится присутствие целого ряда негативных факторов. Важно, что на данном этапе этим озабочены все заинтересованные в качественном оказании услуги акторы. Проблема качества экскурсий и престижа постоянно звучит на региональном уровне. Но позитивные сдвиги в этом отношении наступят лишь при условии, что турбизнес, государство, общество и сами экскурсоводы признают ценность, важность и сложность профессии экскурсовода.

Библиографический список

1. Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (Гид)» : приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 24.12.2021 № 913Н. – URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=418241#h788> (дата обращения: 22.04.2023).
2. Дьякова, Р. А. История экскурсионного дела в СССР / Р. А. Дьякова – Москва, 1981. – 72 с.
3. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение : учебник – 6-е изд / Б. В. Емельянов. – Москва : Советский спорт, 2007. – 216 с.
4. Хвагина, Т. А. Личность и профессиональное мастерство экскурсовода в историческом аспекте // Туризм и гостеприимство. – 2016. – № 1. – С. 61–71. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lichnost-i-professionalnoe-masterstvo-ekskursovoda-v-istoricheskom-aspekte> (дата обращения: 22.04.2023).

**Сравнительный анализ современных систем бронирования
(на примере «Sabre» и «Сирена-Тревел»)**

Коберник Владислав Алексеевич

*студент 831 гр., экономико-юридического факультета,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
831-06@edu.gasu.ru*

Кудрявцева Ангелина Витальевна

*преподаватель кафедры экономики, туризма и прикладной информатики,
Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск
angelina.danko@mail.ru*

Аннотация. Одним из критериев повышения эффективности работы туристских фирм, на сегодняшний день, является интенсивное развитие информационных технологий и программных средств в сфере туризма. В статье проводится анализ современных систем бронирования - «Sabre» и «Серена-Тревел», выделены различия и сходства систем, их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: система бронирования, sabre, sirena travel, авиакомпании.

**Comparative analysis of modern booking systems
(using the example of «Sabre» and «Sirena-Travel»)**

Kobernik Vladislav

*student 831 gr., Faculty of Economics and Law,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
831-06@edu.gasu.ru*

Kudryavtseva Angelina

*lecturer of the Department of Economics, Tourism and Applied Informatics,
Gorno-Altai State University, Gorno-Altai
angelina.danko@mail.ru*

Annotation. One of the criteria for improving the efficiency of tourism firms, today, is the intensive development of information technologies and software in the field of tourism. The article analyzes modern booking systems – «Sabre» and «Serena-Travel», highlights the differences and similarities of the systems, their advantages and disadvantages.

Keywords: Booking system, sabre, sirena travel, airlines.

В настоящее время, автоматизация деятельности на туристском предприятии становится все более актуальным и необходимым процессом. Это связано с тем, что в условиях быстро меняющейся экономической ситуации и конкурентной борьбы, предприятия должны постоянно улучшать свою эффективность. Так, современные системы бронирования и программные обеспечения позволяют в разы увеличить производительность труда на туристском предприятии. На сегодняшний день, туристскую сферу невозможно представить без систем бронирования, в частности тех, которые используются для бронирования авиабилетов. Среди наиболее популярных глобальных систем бронирования выделяют испанскую систему «Amadeus» и американскую «Sabre». На российском рынке, на сегодняшний день, крупнейшие авиакомпании страны переходят на отечественную систему бронирования «Сирена-Трэвел».

Так, становится актуальным проведение сравнительного анализа и выявление преимуществ тождественных систем бронирования с целью определения целесообразности применения одной из них на предприятиях в сфере туризма в России. Схожим интерфейсом обладают системы «Sabre» и «Сирена-Трэвел». Результаты сравнительного анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – сравнительный анализ систем бронирования «Sabre» и «Сирена-Трэвел»

Критерий	Система бронирования «Sabre»	Система бронирования «Сирена-Трэвел»
Класс системы	Глобальная дистрибутивная система (ГДС)	Автоматизированная распределительная система (АРС)
География пользователей	Северная Америка, Латинская Америка, Европа, Азия, Тихоокеанский регион.	СНГ, Восточная Европа.
Распространенность системы	Более 60000 агентств и компаний в мире.	Более 20000 терминалов в РФ и СНГ.
Функциональность программы и сферы использования	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бронирование авиабилетов. 2. Бронирование отелей. 3. Аренда автомобилей. 4. Бронирование круизов. 5. Бронирование железнодорожных билетов. 6. Управление бронированием: Sabre предоставляет возможность управления бронированием, включая изменение даты и времени полета, изменение отеля. 7. Интеграция с другими системами: Sabre может интегрироваться с другими системами, такими как CRM и учетные системы. 8. Различные опции оплаты: Система предоставляет различные варианты оплаты, включая онлайн-оплату, оплату в офисе и другие. 9. Поддержка клиентов онлайн. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бронирование авиабилетов. 2. Управление бронированием: Sirena Travel предоставляет возможность управления бронированием, включая изменение даты и времени полета, изменение отеля и т.д. 3. Интеграция с другими системами: Sirena Travel может интегрироваться с другими системами, такими как CRM и учетные системы. Однако возможности ограничены. 4. Различные опции оплаты: Система предоставляет различные варианты оплаты, включая онлайн-оплату, оплату в офисе и другие. 5. Поддержка клиентов онлайн.
Фирмы, пользующиеся услугами системы	Система бронирования Sirena Travel используется более чем 3000 туристическими компаниями и авиакомпаниями по всему миру, включая такие известные бренды, как Aeroflot, Emirates, Etihad Airways, Lufthansa, Qatar Airways, Turkish Airlines, TUI, Pegas Touristik, Coral Travel и многие другие.	Система бронирования Sabre используется более чем 400 000 агентствами по всему миру, включая такие крупные компании, как American Express Global Business Travel, Expedia, Travelocity, Booking.com, Carlson Wagonlit Travel и многие другие.
Интуитивность интерфейса	Sabre имеет более сложный интерфейс, который может потребовать от пользователя дополнительного обучения. Однако, это обусловлено тем, что Sabre предоставляет более широкий спектр функций и возможностей для бронирования различных видов транспорта и услуг.	Sirena Travel имеет более простой и интуитивно понятный интерфейс. Он может быть более удобным для пользователей, которые не имеют большого опыта работы с бронировочными системами.
Наличие экосистемы	Sabre имеет широкую экосистему, которая включает в себя несколько программных продуктов и сервисов, таких как Sabre Red Workspace, Sabre Dev Studio, Sabre APIs и другие. Каждый из этих продуктов предоставляет специфические функции и инструменты для различных пользователей, таких как туристические агенты, разработчики приложений и т.д.	Sirena Travel имеет свою экосистему, которая включает в себя несколько программных продуктов и сервисов, таких как Sirena-Travel GDS, Sirena-Travel API и другие. Эти продукты предназначены для обеспечения доступа к различным услугам и решениям для туристических агентов и других пользователей.

Стоимость подключения и обслуживания	Подключение платное; 50+ долларов США в месяц.	Бесплатное подключение; 3000 руб. в месяц.
Стоимость обучения персонала	От 13500 р. в г. Москва за 10 дней. (Старая цена).	От 15500 р. в г. Москва за 10 дней.
Поддержка пользователей	онлайн-поддержка на английском языке; 24/7.	онлайн-поддержка на русском и английском языках; 24/7.

Таким образом, более функциональной является система «Sabre», так как поддерживает не только бронирование авиабилетов, но и другие услуги, такие как бронирование номеров в отелях, ЖД-бронирование, бронирование автомобилей и другие. Также компания предоставляет более богатую экосистему продуктов, чем у конкурента что дает еще большее окно возможностей, например, в экосистему «Sabre» входят: Sabre red workspace, Sabre sinxis (инверторная система для отелей), Sabre air vision, Sabre API (позволяет интеграцию со сторонними приложениями), Sabre payments и другие). Программа sabre также позволяет напрямую подключиться к сети Интернет, чего нельзя сделать в системе «Сирена-Трэвел» без дополнения Nemo.

Кроме этого, по количеству компаний, которые сотрудничают с данными системами напрямую, лидирует является глобальная система бронирования «Sabre». Однако, стоит отметить, что «Сирена-Трэвел» имеет возможность брони билетов через систему Galileo, которая работает более чем в 170 странах.

Также система «Сирена-Трэвел» уступает «Sabre» по части технической поддержки, так как американская системы работает более чем на 15 языках, в то время как российский аналог обслуживает клиентов лишь на русском и английском языках. Среди преимуществ системы «Сирена-Трэвел» можно выделить стоимость услуг, которая значительно ниже, чем у конкурента. Выгодная цена достигается за счёт более простого функционала и малыми временными затратами на обучение операторов терминалов.

По интуитивности использования системы более удобной в использовании является «Сирена-Трэвел», поскольку она, в отличие от «Sabre» не перегружена большим количеством функций. Разработчики сосредоточились на основных функциях для авиабронирования, что хорошо подходит для компаний с несколько сжатыми требованиями.

Таким образом, «Сирена-Трэвел» является качественным аналогом системы бронирования «Sabre», она отлично подойдет для небольших российских компаний, которым важен доступ к бронированию авиа рейсов. В свою очередь, «Sabre», благодаря большому количеству функций и большой географии пользователей, целесообразно использовать большим компаниям и корпорациям, для которых обслуживании глобальной дистрибутивной системы «Sabre» не является затратным.

Библиографический список

1. Сравнительный анализ систем бронирования в авиаиндустрии / А. С. Кузнецов, В. А. Коптев // Транспортное дело России. – 2016. – № 2. – С. 68–73.
2. Sirena-Travel : официальный сайт. – URL: <https://sirena-travel.ru/> (дата обращения: 08.03.2023).

15 Проблемы и перспективы развития туризма глазами студентов

УДК 379.85

Туристические проекты Алтай как фактор устойчивого развития региона

Архипова Дарина Александровна

студентка 1 курса экономического факультета

Алтайского государственного аграрного университета,

направления подготовки менеджмент, г. Барнаул

darhipova877@gmail.com

Научный руководитель - Бондаренко Светлана Ивановна, кандидат исторических наук,

доцент, Кафедра гуманитарных дисциплин

Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

Аннотация. Одним из ключевых направлений развития Республики Алтай является туризм. В статье рассмотрены туристические проекты, которые уже реализованы. Выделены аспекты их влияния на социально-экономическое развитие региона. Проанализированы проекты, которые планируется реализовать в ближайшие годы и их перспективы с точки зрения экономического развития региона.

Ключевые слова: туризм, развитие, проекты, культура, отдых, Республика Алтай.

Altai tourism projects as a factor of sustainable development of the region

Arkhipova Darina

1st year student of the Faculty of Economics of the Altai State Agrarian University,

areas of training management, Barnaul

darhipova877@gmail.com

Annotation. One of the key areas of development of the Altai Republic is tourism. The article discusses tourism projects that have already been implemented. Aspects of their influence on the socio-economic development of the region are highlighted. The projects that are planned to be implemented in the coming years and their prospects from the point of view of the economic development of the region are analyzed.

Keywords: tourism, development, projects, culture, recreation, Altai Republic.

Горный Алтай - одно из красивейших мест нашей страны. Множество разных туристических направлений представлено в республике на любой вкус и кошелек.

Туризм - приоритетное направление социально-экономического развития республики Алтай, оно обеспечивает местное население рабочими местами и помогает развитию других отраслей. В 2018 году Правительство Республики Алтай (РА) разработало стратегию развития этой отрасли вплоть до 2035 года, в рамках которой сформируется современная туристическая индустрия, вырастет социально-экономический уровень региона, благодаря средствам, поступающим с данной деятельности. В реализации этих планов помогают государственные программы «Развитие внутреннего и въездного туризма» и «Экономическое развитие и инновационная экономика».

В рамках этих программ было выделено немало грантов и субсидий. 33 предпринимателя получили государственную поддержку, гранты на развитие внутреннего и выездного туризма получили 18 субъектов индустрии, 17 субъектов туристической индустрии получили субсидию на создание модульных средств размещения на общую сумму более 250 млн рублей, 349 специалистов туристической отрасли прошли обучение, привлечено более 930,5 млн рублей инвестиций [1].

Для еще более наглядного представления о развитии туристско-рекреационной деятельности на Алтае можно рассмотреть примеры следующих проектов, которые запланированы и уже реализованы в республике:

1. Горнолыжный курорт «Манжерок».

Один из лучших горнолыжных курортов в России, который развивается благодаря инвестициям публичного акционерного общества «Сбербанк». На курорте оборудованы 23 трассы для людей с разным уровнем подготовки, их протяженность больше 21 км. Они названы в честь главных природных алтайских достопримечательностей: «Катунь», «Чертов палец», «Актру», «Чуя». На территории построена трехзвездочная гостиница, находится один из лучших ресторанов в республике. Здесь можно отдохнуть не только зимой, но и летом: пешие прогулки, прогулки на лошадях, байк-парк. Уже не первый год Манжерок принимает участников «Этапа кубка России по горнолыжному спорту». Но этот объект является не только развлекательным, но и весьма прибыльным в экономическом плане. Опыт, который был накоплен во время подготовки к сочинской Олимпиаде-2014, помог сгенерировать стабильный поток гостей на курорт. Так же, Манжерок создал 1450 новых рабочих мест, что является огромным плюсом для местных жителей. На базе курорта в 2021 году был создан Центр компетенций по управлению горными территориями. Это уникальная профессиональная площадка для горнолыжной индустрии, где обсуждаются ключевые вопросы отрасли, осуществляется подготовка кадров для всей горнолыжной индустрии России.

2. Озеро Телецкое.

Телецкое озеро – входит в топ 5 самых глубоких озер России. Его пейзажи захватывают дух. Здесь же находится водопад Корбу, до которого организуются туристические маршруты на разных видах водного транспорта. На правом берегу располагается Алтайский заповедник, на котором нет ни одной автомобильной дороги. Многие животные, проживающие здесь, включены в Красную книгу России. Если продолжить тему активного времяпровождения, то конечно хочется упомянуть горнолыжный курорт Телецкое. В 2018 состоялось открытие, и он привлек к себе много внимания и помог создать 64 рабочих мест. Благодаря мягкому климату ежегодно сюда приезжает множество любителей зимних видов спорта. Уже в 2025 году планируется улучшить пропускную систему до 250 тысяч человек в год. Тут же, на берегу Телецкого озера до 2032 года планируется отстроить Гостиничный комплекс Altay Wellness Villag, который прибавит 128 новых рабочих мест в район [2].

3. Природный парк «Белуха».

Данный объект расположен в Усть-Коксинском районе. Главная цель данной территории – сохранение природной среды. Ежегодно тысячи туристов проходят по эко-тропе до одного из главных достояний республики, включенный в список наследия ЮНЕСКО. За три года (2020-2022) здесь было отстроено более 40 км дороги, которая упрощает подъезд к горе. Здесь же с 2019 года расположился питомник кабарги. Этот безрогий олень с 2017 года входит в Красную книгу Республики Алтай.

4. Красные ворота.

Красные ворота – это участок дороги, где отвесные горы по обе стороны как бы открывают путешественникам дорогу к красотам Улаганского района. Недалеко от них располагаются знаменитые гейзеровые озера. Главной проблемой данной достопримечательности была дорога. В 2022 году ее начали восстанавливать.

5. Чуйский тракт.

Один из главных туристических маршрутов, протяженность 962 км. Эта дорога соединяет Сибирь с Монголией и Китаем повторяя Великий шелковый путь. По ней можно добраться до Ороктойского моста. Многие считают его «местом силы». И действительно, описать словами те чувства, которые ты испытываешь попадая туда невозможно. С одной стороны моста спокойная Катунь, с другой бурная горная река, которая показывает всем своим видом, что именно она королева здешних мест. Чуйский тракт ежегодно развивается: строятся дороги, увеличивается количество мест для проживания вдоль трассы [3].

6. Горнолыжный курорт «Барсук».

Группа компаний Международный Деловой союз до 1 января 2032 года планирует в рамках санатория Усть-Кокса отстроить горнолыжный курорт «Барсук». Он нужен для развития спортивно-туристического горнолыжного кластера международного уровня. Проект даст 766 рабочих места.

7. Форелевая ферма.

Не многим известно, но в Усть-Коксинском районе до 2031 года будет построена форелевая ферма, с объемом производства 65 тонн форели в год, что безусловно поспособствует экономическому развитию региона, привлечет инвесторов [4].

Благодаря развитию туризма, появилась потребность в развитии инфраструктуры. Например, единственный аэропорт Республики Алтай в 2021 году организовал авиасообщение с Москвой, Санкт-Петербургом, Красноярском, Сургутом, Казанью, Салехардом. Были созданы новые туристические программы и туры: «Привет, Горный Алтай», «Сердце Алтая». До 1 января 2036 года планируется увеличить пассажиропоток до 450 человек в час и создать 224 новых рабочих места. В ближайшем будущем планируется расширить полосы аэропорта для международных авиасообщений.

Развитие туризма ведет к потребности в расширении номерного жилищного фонда республики. Для этого до 1 января 2028 года в республике построят 3 эко-отеля в Чемальском, Майминском, Турочакском районах. В каждом из трех отелей сможет разместиться 104 человека. Планируется создание 225 рабочих мест. Так же, до 2035 года на территории республики будут построены отели «Ыдып» и «Катунь».

Сама столица Горного Алтая город Горно-Алтайск является уникальным туристическим местом. Так в городе располагается крупнейший Национальный музей Республики Алтай. В фондах музея хранятся редкие палеонтологические и этнографические экспонаты, рукописные и старопечатные книги, относящиеся к XVII—XX вв., предметы изобразительного и декоративно-прикладного искусства, интересные образцы флоры и фауны, собрания минералов, а также исторические документы и фотоматериалы. Там же находится экспозиция знаменитой «Принцессы Укок» вокруг которой долгие годы ходят легенды [5]. В целом, значимым направлением отдыха может быть культурно-просветительная составляющая отдыха в форме экскурсий [6, 239].

Если же захочется посмотреть на Горно-Алтайск с высота, то по правую сторону расположена гора Комсомолка. В 2022 г. на горе произведена реконструкция смотровой площадки, и оборудована туристическая тропа-здоровья. По левой стороне располагается гора Тугая. В настоящее время там открыто целых две смотровых площадки, до которых можно дойти по благоустроенным тропам и проект по строительству еще не окончен [7].

Известна по всей стране Улалинская стоянка. Именно здесь были найдены следы древних цивилизаций. Возраст останков, которые нашли здесь превышают миллиона лет. Сейчас там находится памятник и юрта в национальном стиле. Не менее интересным местом для любого туриста будет национальный театр. Там показывают не только русские и иностранные постановки, но и произведения местных творцов, на алтайском языке [8].

Конечно, данные объекты не так интересны со стороны экономического развития региона, но они позволяют привлечь внимание туристов к культурным ценностям, обычаям, традициям, которых в Республике Алтай великое множество благодаря многонациональному народу. Интерес туристов порождает желание властей развивать этнические начала малочисленных народов республики, тем самым помогая им рассказать о себе.

Если говорить о реализации задуманных проектов, то можно это представить наглядно в таблице, которая показывает, как изменилось количество субъектов, предоставляющих всевозможные услуги в сфере туризма (таблица 1).

Таблица 1 – Изменение количества субъектов в сфере туризма (кол. шт.)

	2018	2022
Туроператоры	18	34
Субъекты туристской индустрии	902	928
Коллективные средства размещения	377	395
Сельские дома	434	426

Всего за 4 года, показатели развития туризма значительно возросли, для республики с населением 221 тыс. чел.

Для увеличения средств на обеспечение туризма в республике в Госдуму внесен проект закона о туристическом сборе, который представляет собой плату за пользование объектами туристической инфраструктуры, взимаемую для финансового обеспечения их проектирования, строительства, реконструкции, содержания, благоустройства и ремонта.

Подводя итоги, можно сказать, что Республика Алтай в настоящее время прекрасное туристическое место. Но благодаря проектам, которые я исследовала в процессе подготовки данной статьи, я понимаю, что республика еще только начинает расцветать и через 5-10 лет она привлечет еще большее количество туристов, ведь только за 4 года (2018-2022) прирост составил 1,2 млн. человек (2018-1.29 млн. чел, 2022-2,5 млн. чел.). Развитие туризма станет одним из основных факторов создания дополнительных рабочих мест в регионе, улучшение дорожного и гостиничного строительства. Так как Алтай популярен своей культурой и множеством национальных народов, проживающих на территории, многим туристам интересно изучение всех тонкостей их быта. Именно это способствует сохранению народных промыслов и их обычаев, что так важно для малых народов Республики Алтай.

Библиографический список

1. Информация о развитии туристической отрасли Республики Алтай // Правительство Республики Алтай : официальный сайт. – URL: <https://altai-republic.ru> (дата обращения: 05.03.2023).
2. Открытие сезона 2022/2023, цены, доступные услуги и другая информация о Телецком горнолыжном курорте // Горнолыжный спорт : [сайт]. – 2022. – URL: <https://rider-skill.ru> (дата обращения 14.03.2023).
3. Чуйский тракт / проект И. Кузьмина, М. Хозяйкина, Н. Коваленко. – URL: <https://long.altapress.ru/trakt/> (дата обращения: 05.03.2023).
4. Реализованные и реализуемые проекты // Инвестиционный портал Республики Алтай : [сайт]. – URL: <https://altayinvest.ru> (дата обращения: 06.03.2023).
5. Национальный музей имени А.В. Анохина // Туристер.Ру : [сайт]. – 2022. – URL: www.tourister.ru (дата обращения: 06.03.2023).
6. Бондаренко, С. И. Инновационные подходы в организации экскурсионного отдыха на территории Западной Сибири / С. И. Бондаренко // Региональные культурные стратегии в современном мире : материалы II Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) 28–29 апреля 2022 г. / под ред. Лисенковой А. А., Ширинкина П. С. – Пермь : Перм. гос. ин-т культуры, 2022. – С. 238–242.
7. Городской панорамный парк Гора Тугая // XCourse : [сайт]. – 2020. – URL: <https://xcourse.me> (дата обращения: 11.03.2023).
8. Достопримечательности Горно-Алтайска // Достопримечательности мира для путешественников : [сайт]. – 2023. – URL: <https://www.vsedostoprimechatelnosti.ru> (дата обращения: 11.03.2023).

Применение цифровых технологий в развитии туризма на примере Алтайского края**Быкасова Ирина Алексеевна***студент 2 курса Экономического факультета
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
89612371747@mail.ru***Кагарманова Дарина Рифкатовна***студент 2 курса Экономического факультета
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
89612371747@mail.ru***Почесюк Арина Александровна***студент 2 курса Экономического факультета
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул
89612371747@mail.ru**научный руководитель – **Баринова Наталья Геннадьевна,**
доцент кафедры гуманитарных дисциплин, к.п.н.,
Алтайский государственный аграрный университет,
г. Барнаул*

Аннотация. Сегодня цифровые технологии играют важную роль в различных сферах жизни, и туризм не исключение. В условиях нестабильной эпидемиологической ситуации, путешественники предпочитают самостоятельно планировать свой отдых, поэтому сервисы бронирования жилья, авто и т.д. становятся все более популярными.

В статье представлена характеристика современного туризма, применение в нем современных технологий (мобильных приложений, виртуальных туров, искусственного интеллекта). Рассмотрены преимущества и недостатки практической составляющей вопроса.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, интернет-платформы, Алтайский край, AI (искусственный интеллект), VR (виртуальная реальность).

Application of digital technologies in the development of tourism on the example of Altai krai**Bykasova Irina***2nd year student of the Faculty of Economics Altai State Agrarian University, Barnaul
89612371747@mail.ru***Kagarmanova Darina***2nd year student of the Faculty of Economics Altai State Agrarian University, Barnaul
89612371747@mail.ru***Pochesyuk Arina***2nd year student of the Faculty of Economics Altai State Agrarian University, Barnaul
89612371747@mail.ru*

Annotation. Today digital technologies play an important role in various spheres of life, and tourism is no exception. In the context of an unstable epidemiological situation, travelers prefer to plan their vacation on their own, so booking services for housing, cars, etc. are becoming more and more popular. The article presents the characteristics of modern tourism, the use of modern technologies in it (mobile applications, virtual tours, artificial intelligence). The advantages and disadvantages of the practical component of the issue are considered.

Keywords: tourism, digital technologies, Internet platforms, Altai Krai, AI (artificial intelligence), VR (virtual reality).

Туризм – это отрасль экономики, которая связана с организацией путешествий и отдыха людей в разных точках планеты. Существование и распространение использования

Интернета, а также разработка программного обеспечения для туризма сняли проблему с географической точки зрения, позволив компаниям и их клиентам взаимодействовать друг с другом через экран. Использование цифровых технологий в сфере туризма делает процесс путешествия проще, быстрее и более комфортабельным [2].

Рассмотрим несколько разновидностей цифровых технологий, которые используются в сфере туризма и их применение.

Одним из наиболее популярных способов использования цифровых технологий в туризме являются мобильные приложения. Многие компании, разработали приложения, которые позволяют пользователю забронировать отель (Airbnb, Inc), купить билет на самолет (Go Travel Un Limited), заказать такси (Uber Technologies Inc) или арендовать машину (BMT Private Equity Ltd) всего за несколько кликов. Кроме того, такие приложения могут быть полезными и во время поездки. Они могут предоставлять информацию о достопримечательностях, ресторанах, магазинах и т.д., что помогает туристам определиться с выбором места, где они могут провести время (Сервисы Google) [1].

Некоторые туроператоры используют виртуальную реальность (VR) для организации виртуальных туров. Фактор, который делает виртуальный тур привлекательным для туристов, заключается в том, что в качестве основной части этой системы применяются новые технологии, такие как 360-градусные фотографии, 360-градусные видеоролики, панорамные фотографии, фотографии Flycam. Гости могут лучше понять место для посещения и вдохновить их на путешествие. Это позволяет туристам заранее ознакомиться с маршрутом и достопримечательностями тура, прежде чем они совершат путешествие. Кроме того, VR-технологии могут использоваться для создания интерактивных музейных выставок, которые предоставляют пользователям возможность получить более глубокие знания о культурном наследии страны [5].

Приложение Google Arts & Culture позволяет: 1. Попробовать художественный фильтр, чтобы сделать необычные селфи при помощи масок. 2. Приблизить и детально рассмотреть произведения искусства. О каждом экспонате программа предоставит полную информацию, включая данные о художнике, характер почерка и место расположения картины. 3. С помощью виртуальной проекции Art Projector можно узнать, как смотрелось бы мировое произведение искусства в формате вашей квартиры. 4. Добавить художественный стиль к собственным фото с помощью Art Transfer. 5. Совершить виртуальную экскурсию. 6. Сортировать произведения искусства по цветовой гамме. 7. Искать творческие мероприятия поблизости. Разрешите Google Arts & Culture определить ваше местоположение, после чего во вкладке «гео-поиск» сможете увидеть все музеи и выставки, которые проходят в вашем районе. 8. Сделать селфи и узнать, на каких героев известных произведений живописи вы похожи.

Еще один важный раздел цифровых технологий в туризме – это использование аналитических программ для сбора данных. Благодаря этим программам можно узнать, какие места больше всего посещают туристы, какие отели и рестораны наиболее популярны. Эта информация помогает туристическим компаниям составлять популярные маршруты и привлекать больше клиентов.

Использование цифровых технологий в сфере туризма является неотъемлемой частью современного путешествия. Оно обеспечивает более легкий и комфортабельный процесс путешествия, а также расширяет возможности туристов. Использование цифровых технологий позволяет туроператорам и авиаперевозчикам улучшать свою работу, облегчая опыт путешествия и привлекая больше клиентов. Но так или иначе у каждого есть свои преимущества и недостатки использования цифровых технологий в туризме и как они влияют на отрасль. Рассмотрим их.

Сначала ознакомимся с плюсами использования цифровых технологий в сфере туризма. Наиболее явные преимущества использования цифровых технологий в туристической отрасли - повышение доступности информации и удобство для клиентов.

Через интернет-платформы и мобильные приложения туристы легко могут найти информацию о путешествиях, отелях, ресторанах, достопримечательностях и других туристических объектах, а также забронировать их.

Другое преимущество цифровых технологий в туризме - улучшение качества услуг. Технологии AI (искусственный интеллект) позволяют туристическим компаниям автоматизировать и усовершенствовать свои услуги. Использование AI систем в туризме позволяет проводить анализ большого объема данных и выявлять индивидуальные потребности клиентов, что в свою очередь увеличивает удовлетворенность клиентов и повышает лояльность к бренду.

Наконец, цифровые технологии улучшают маркетинговые возможности для туристических компаний. Многие компании используют социальные сети и другие цифровые платформы для продвижения своих услуг и привлечения новых клиентов. Туристы могут провести тщательное исследование, прежде чем собираться в поездку, сравнивать агентства и проверять отзывы предыдущих пользователей, важные функции, такие как бронирование билетов, бронирование жилья или даже запрос виртуального тура по желаемому месту назначения [2].

Цифровая трансформация в индустрии туризма значительно улучшила качество обслуживания клиентов, предложив им большую поддержку в повышении эффективности работы. Клиенты могут быстро и удобно делиться своим мнением через Интернет, особенно на платформах социальных сетей, разработанных специально для индустрии туризма и путешествий, таких как TripAdvisor, Travelata, TopHotels или на туристических веб-сайтах, которые помогут учреждениям по размещению и поставщикам туристических услуг получить более глубокое понимание желаний и потребности посетителей [3].

Тем не менее, несмотря на все преимущества цифровых технологий в туризме, есть и некоторые недостатки. Один из них - возможные потери контакта с реальным миром. Чрезмерное использование цифровых технологий может привести к тому, что туристы не будут полностью наслаждаться своим путешествием, так как будут слишком заняты наблюдением за своими гаджетами.

Другая проблема с использованием цифровых технологий в туризме - проблема безопасности. С момента бронирования до совершения поездки, туристические компании и туристы работают с большим количеством конфиденциальной информации. Таким образом, компании должны применять крайне серьезные меры для защиты своих клиентов и их данных.

Наконец, интеграция цифровых технологий в туристическую отрасль может привести к сокращению рабочих мест в отрасли. Многие работники могут оказаться заменены технологическими решениями, что может привести к ухудшению экономического благосостояния в регионах, зависящих от туристической отрасли.

Так, использование цифровых технологий в сфере туризма является неотъемлемой частью отрасли и предоставляет значительные преимущества для туристических компаний и туристов. Однако, необходимо изучение недостатков и решение проблем, связанных с использованием цифровых технологий в туризме, чтобы улучшить безопасность данных и обеспечить устойчивость туристической отрасли [4].

Для большего углубления, рассмотрим развитие цифровых технологий на примере Алтайского края.

Алтайский край - это один из самых популярных регионов для туризма в России. Использование цифровых технологий открыло новые возможности для развития туризма в этом районе, улучшения качества и комфортности туристического опыта и повышения привлекательности региона для туристов.

Одним из примеров использования цифровых технологий для туристов в Алтайском крае является мобильное приложение «Чуйский тракт - туристский меридиан Сибири». Разработанное мобильное приложение ориентировано на туристов, путешествующих на

автотранспорте вдоль Чуйского тракта. Приложение специальным указателем отмечает на карте положение пользователя с помощью геопозиционирования. Оно способно предоставлять пользователям аудио-визуальный контент с информацией о туристических объектах, встречающихся в пути. В зависимости от настроек приложения эта информация может воспроизводиться автоматически по данным геопозиционирования, или по запросу пользователя. Благодаря этому, туристы могут получить информацию о местах, которые они собираются посетить [6].

Другой пример использования цифровых технологий для туризма в Алтайском крае - это разработка виртуального тура, который позволяет туристам увидеть ландшафтные и культурные достопримечательности Алтая прямо на своем экране. Такие виртуальные туры можно использовать для изучения интересующих мест заранее, чтобы определить свой маршрут, для поиска информации о местных музеях, парках, горных массивах или озерах. Эта технология также может оказаться полезной для тех, кто по каким-либо причинам не может посетить Алтайский край лично [7].

Наконец, еще один пример использования цифровых технологий в туризме в Алтайском крае - это использование аналитических программ. Туристические компании могут собирать данные о посещении туристами локальных достопримечательностей, чтобы понимать, какие места наиболее популярны в районе. Благодаря этой информации, компании могут создавать более интересные маршруты и предлагать более хорошо продуманный тур продукт.

Таким образом, использование цифровых технологий в сфере туризма на примере Алтайского края открывает новые возможности для улучшения качества и комфортности туристического опыта. Мобильные приложения, виртуальные туры и аналитические программы позволяют компаниям и туристам получать доступ к большому количеству информации и удобным способом заказывать и использовать туристические услуги. Расширение использования цифровых технологий в туризме в Алтайском крае и по всему миру продолжит оказывать важное влияние на развитие этой отрасли в будущем.

Библиографический список

1. Технологический процесс создания интерактивных приложений в сфере туризма / А. А. Андреева, В. М. Борисенко, И. Г. Коротаева // Теория и практика информационных технологий. – 2018. – Том 23. – № 5.
2. Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России : материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г. / под ред. С. В. Дусенко. – Москва, 2017. – 613 с. – ISBN 978-5-905760-72-3.
3. Кононова, О. В. Исследование научного и медиа дискурса в сфере «цифрового туризма» / О. В. Кононова, Д. Е. Прокудин, Е. Н. Тупкина // Научный сервис в сети Интернет : труды XXII Всероссийской научной конференции (21–25 сентября 2020 г., онлайн). – Москва : ИПМ им. М.В.Келдыша, 2020. – С. 424–448.
4. Клишин, А. А. Анализ эффективности использования цифровых технологий в туристической индустрии / А. А. Клишин // Инновационные технологии и образование. – 2019. – Том 2. – № 8.
5. Цифровая трансформация в туризме / Р. С. Гарифуллина, Р. В. Турыгин // Региональные культурные стратегии в современном мире : материалы II Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). – Пермь : Пермский государственный институт культуры, 2022. – С. 97–101.
6. Чуйский тракт - туристский меридиан Сибири : [сайт]. – URL: <https://turtrakt.asu.ru/> (дата обращения 02.04.2023).
7. Виртуальное путешествие по Алтайскому краю // ВОО «Русское географическое общество» : [сайт]. – URL: <https://www.rgo.ru/ru/article/virtualnoe-puteshestvie-po-altayskomu-krauu> (дата обращения 01.04.2023).

Роль цифровых технологий в сфере туризма**Генинг Виолетта Сергеевна***студентка кафедры бизнеса в сфере услуг,**Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск
violetta.gening02@mail.ru**Научный руководитель - Глотко Андрей Владимирович, доктор экон. наук, доцент,**доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, профессор,**Новосибирский Государственный Университет Экономики и Управления «НИИХ»
(НГУЭУ), г. Новосибирск*

Аннотация. В статье обоснована актуальность применения цифровых технологий и их роль в сфере туризма. Приведены основные виды информационных технологий, используемых в туристической индустрии. Рассмотрены тенденции в рамках цифровизации тур-отрасли. Автором приводятся несколько успешных примеров применения цифровых технологий и в сфере туризма, а также анализируется состояние рассматриваемой проблемы в России.

Ключевые слова: индустрия туризма, информационные технологии, цифровизация, электронный туризм, Интернет вещей, информационный туристический портал.

The role of digital technologies in tourism**Gening Violetta***Student of the Department of Business in the Service Sector,**Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk
violetta.gening02@mail.ru*

Annotation. The article substantiates the relevance of the use of digital technologies and their role in the field of tourism. The main types of digital technologies used in the tourism industry are given. The trends in the digitalization of the tourism industry are considered. The author gives several successful examples of the use of digital technologies in the field of tourism, and also analyzes the state of the problem under consideration in Russia.

Keywords: tourism industry, information technology, digitalization, e-tourism, Internet of Things, tourism information portal.

Динамичное развитие современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), особенно Интернета и связанных с ним устройств, существенно ускорило в конце XX века, вызвав многочисленные разнообразные изменения в каждой сфере деятельности всех участников экономики. Эти изменения существенно трансформируют структуру рыночного предложения, способов обслуживания и системы предоставления товаров и услуг. Они приводят к появлению более инновационных решений, которые существенно влияют и на поведение покупателей. Неограниченный доступ к информации вынуждает использовать цифровые технологии, необходимые для построения отношений с клиентами и формирования положительного имиджа компании.

Потенциал использования информационных технологии в туризме также расширился. Социальные сети в последнее время приобрели особое значение, став легкодоступным источником достоверной и актуальной информации. Эффективное использование Интернета и мобильных технологий становится все более важным для успеха туристских предложений. Информационно-коммуникационные технологии позволяют осуществлять рекламную деятельность и передавать туристическую информацию новыми, мультимедийными и интерактивными способами.

По оценкам экспертов, в настоящее время во всем мире в интернете примерно 60% запросов в поисковых системах происходит с мобильных устройств. При этом 52% туристических бронирований производится в онлайн-режиме. Отмечается также, что количество этих запросов и бронирований в общем соотношении будет становиться больше, поскольку главными потребителями, в сфере туризма в том числе, является поколение так называемых миллениалов, которые не представляют свою жизнь без цифровых технологий. Необходимо помнить и о будущих, еще более молодых, потребителях, которые в скором времени также будут зарабатывать и смогут позволить себе путешествия. Данная категория вообще может перейти на заказ туристических услуг только в онлайн-формате [1].

Итак, туристический рынок известен высоким уровнем использования современных информационных технологий. Он особенно восприимчив к использованию Интернета в различных аспектах: от распространения информации, предложений и мнений, систем бронирования и продаж, социальных сетей до участия в туризме через глобальные сети.

Использование цифровых технологий в сфере туризма основывается на следующих преимуществах:

- инновационное развитие туристического комплекса в целом;
- улучшение качества предоставляемых услуг в области туризма;
- привлечение иностранных туристов на отдых;
- упрощение доступа к информации о туристических услугах;
- повышение эффективности продвижения проектов в сфере туризма;
- улучшение условий труда персонала и скорости обслуживания клиентов в туристических фирмах [2].

Однако использование ИКТ не должно сводиться только к Интернету. ИКТ изменили туризм во всем мире и открыли новые перспективы для его развития. Отношения между рынком туризма и разнообразными цифровыми технологиями обычно называют электронным туризмом [3].

Разнообразные виды цифровых технологий, применяемых в сфере туризма, можно разделить на следующие функциональные группы информационных систем, представленные на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды цифровых технологий, применяемых в сфере туризма [4]

Туризм во всем мире сегодня переживает не лучшие времена, но 2023 год станет хорошим временем для возобновления роста туристической отрасли. Индустрия туризма начинает восстанавливаться, но для этого потребуются технологическая трансформация всей отрасли. Чтобы сохранить конкурентоспособность и возродить туризм, нужно максимально использовать такие цифровые технологии, как искусственный интеллект, большие данные, дополненная реальность и мобильные приложения.

Так, например, к наиболее распространенным технологиям искусственного интеллекта (далее – ИИ), применяемым в сфере туризма, относятся:

– рекомендательные системы и методы персонализации: ИИ делает доступными для пользователей те альтернативы, которые подходят им лучше всего, с персонализированными предложениями для каждого случая и сокращением бесконечного числа вариантов, которые не всегда подходят. Благодаря информации, ставшей доступной туристическим фирмам, они могут создавать точные профили и адаптировать свой опыт к каждому случаю;

– разговорные системы, такие как чат-боты и голосовые помощники: Эти системы используют такие технологии, как НЛП и распознавание речи, и очень полезны, поскольку пользователи могут обращаться к ним в любое время через более близкий опыт, имитирующий человеческий. Кроме того, благодаря использованию чат-ботов работникам туристических фирм больше не нужно тратить время на подобные задачи и можно посвятить себя другим, более важным;

– инструменты прогнозирования: используя исторические и контекстуальные данные, делаются оценки будущего для принятия более эффективных решений. В туристическом секторе это используется для понимания туристического спроса в каждый период и в каждом месте, для разработки маркетинговых стратегий, финансового управления и распределения человеческих ресурсов, выявления мошенничества или поддержки управления объектами;

– приложения-переводчики: одной из основ туризма является контакт с различными культурами и языками. Однако это также является одним из самых больших барьеров для туристов при выборе места назначения и избегании источников дискомфорта. Машинный перевод облегчает пользователям навигацию по каждому направлению, позволяя им исследовать и участвовать во всех видах деятельности.

Благодаря развитию сетей 5G появляются новые приложения, основанные на более быстрой связи между устройствами. Применительно к туризму мы имеем в виду решения, которые могут быть использованы туристическими компаниями или городами для привлечения посетителей за счет более привлекательного опыта.

Изменения в этом секторе направлены на большую персонализацию услуг, лучший доступ к информации и контенту, качественные развлечения и оптимизацию операций. С другой стороны, быстрое интернет-соединение может стать ключевым фактором того, вернется ли гость в гостиницу, особенно если речь идет о деловой поездке. 5G решает эти проблемы, а также способствует внедрению интеллектуальных функций, таких как освещение и термостаты, управляемые с мобильного устройства.

Это также фундаментальная технология для правильного функционирования других технологий, таких как дополненная реальность. Многие музеи уже включили в свою программу опыты с планшетами или очками, которые геймифицируют традиционный опыт или живые экскурсии.

Фактически, это будет основополагающим фактором в аэропортах, поскольку эта технология будет очень широко представлена в управлении пассажирами или обслуживании самолетов. Даже решения, в которых искусственный интеллект играет ведущую роль, такие как ассистированное зрение, также выйдут на рынок.

Таким образом, в качестве тенденций последних лет в рамках использования цифровых технологий в сфере туризма можно отметить следующие.

- персонализация туристических предложений;
- развитие онлайн-платежей и онлайн-бронирований;
- интеграция разнопланового туристического контента на единых цифровых платформах;
- инновации в коммуникациях с клиентами;
- приход в туристическую индустрию «Интернета вещей».

Далее рассмотрим успешные примеры использования цифровых технологий в сфере мирового туризма.

Так, туристический район Текила в мексиканском штате Халиско предлагает бесплатный wi-fi в своем историческом центре, имеет приложение, содержащее информацию о товарах и услугах в этом районе, а также систему данных, которая в режиме реального времени информирует путешественников о дорожном движении и коммерческой деятельности.

Город Копенгаген, столица Дании, добился больших успехов в цифровизации. Он запустил сервис для посетителей, где туристы могут увидеть все, что может предложить город, с помощью движущихся рекламных щитов, робототехники или виртуальной реальности.

Сингапур – еще один пример цифровизации, поскольку он внедрил решения, способствующие развитию инновационных сообществ. Там у туристов есть приложения, которые информируют их об уровне преступности в каждом конкретном районе и получают уведомления о пропавших людях и чрезвычайных учреждениях или информацию, основанную на их геопозиционировании.

Если же рассматривать российский рынок туризма, то использование цифровых технологий здесь находится еще в зачаточном состоянии, как считают эксперты [5]. Несмотря на то, что цифровые решения для b2c-сегмента появились на рынке уже довольно давно, почти все они выполняют лишь одну, максимум несколько функций: поиск и заказ авиабилетов, бронирование отелей или квартир, расписание поездов, аренда автомобилей и пр. «Одной из приоритетных задач для развития внутреннего и въездного туризма является создание условий для формирования туристской экосистемы, объединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами», – так комментирует данную ситуацию Владислава Вишневская, руководитель центра компетенций в сфере туризма Фонда развития Югры [5].

Цифровые решения, которые могли бы дать представителям региональной туристической отрасли (как правило, это малые предприятия) удобный сервис по автоматизации своих услуг и их дистрибуции, остро востребованы регионами, особенно на фоне укрупнения туристического бизнеса. Сегодня в регионы устремились крупные туроператоры, и местный малый бизнес может не выдержать конкуренции. В числе таких решений для этого сегмента эксперты называют онлайн-карту и мобильное приложение StavTravel (Ставропольский край), мобильный гид-справочник «Алтай Today» (Алтай), платформу автомобильных маршрутов Road.Travel, сервис-агрегатор «BookRussia!» для индивидуального формирования поездки, туристические порталы Камчатки, Хакасии, Амурской, Архангельской, Псковской и Калининградской областей [6].

Таким образом, проведенный анализ использования цифровых технологий в сфере туризма показал, что кардинальные изменения уже сейчас претерпевает вся туристская индустрия. Причем трансформация происходит достаточно стремительно, например, создание цифровых платформ принципиально изменяет отношения между субъектами туристского рынка, упрощая взаимодействие между ними и оттесняя посредников. В условиях цифровой экономики туристская деятельность все более технологизируется, создается единое информационное пространство в сфере мирового туризма, формируются новые принципы информационного обеспечения и управления туризмом.

Библиографический список

1. Солдатенко, Д. Умные тревел-технологии: за какими решениями будущее // Онлайн-журнал HotLine.travel : [сайт]. – URL: <https://www.tourdom.ru/hotline/it-razrabotki-dlya-turbiznesa/umnye-trevel-tekhnologii-za-kakimi-resheniyami-budushchee/> (дата обращения: 20.03.2023).

2. Ергешова, Г. А. Роль Интернета и информационных технологий в развитии туризма / Г. А. Ергешова, С. Р. Абдурахмонова, Б. Г. Ким // Известия Ошского технологического университета. – 2022. – № 2. – С. 39–42.

3. Bak, I. Impact of Information and Communication Technologies on the Tourism Sector / I. Bak, E. Barej-Kaczmarek, P. Sulikowski // European Research Studies Journal. – 2022. – Volume XXV. – Issue 3. – P. 595–606.

4. Овчаренко, Л. А. Информационные технологии в туризме и гостиничной деятельности / Л. А. Овчаренко, А. М. Горбачева // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт . – 2021. – № 1. – С. 133–137.

5. Соловьева, Н. Региональный туризм и цифровизация // Средство массовой информации it-world.ru : [сайт]. – URL: <https://www.it-world.ru/it-news/reviews/186408.html> (дата обращения: 20.03.2023).

6. Усенова, А. А. Информационные технологии - главные драйверы развития туризма в современных условиях / А. А. Усенова // Инновации. Наука. Образование. – 2022. – № 49. – С. 105–112.

УДК: 338.48

Проблемы и перспективы развития этнографического туризма в Республике Алтай

Дмитриева Ольга Викторовна

студент 3 курса, экономического факультета Алтайского ГАУ, г. Барнаул

tsar-olga@mail.ru

Научный руководитель - Герауф Юлия Викторовна, к.э.н., доцент, Алтайский Государственный Аграрный Университет г. Барнаул

Аннотация. Этнографический туризм в Республике Алтай, которому в последнее время уделяется повышенное внимание. Такой интерес объясняется, тем, что в наше унифицированное время, народ все больше стремится к самоидентификации, поиску и освоению своих этнических корней. Это позволяет личности почувствовать себя особенной, причастной к целой истории со свойственными ей культурными традициями. В статье представлены основные проблемы развития этнографического туризма в Республике Алтай. Также определены возможные перспективы развития данного вида туризма в регионе.

Ключевые слова: туризм, этнографический туризм, экотуризм, гастрономический туризм, народный промысел, Республика Алтай.

Problems and prospects for the development of ethnographic tourism in the Republic of Altai

Dmitrieva Olga

3rd year student, Faculty of Economics, Altai State Agrarian University, Barnaul

tsar-olga@mail.ru

Annotation. Ethnographic tourism in the Altai Republic, which has recently received increased attention. Such interest is explained by the fact that in our unified time, the people are increasingly striving for self-identification, the search and development of their ethnic roots. This allows the individual to feel special, involved in the whole history with its own cultural traditions. The article presents the main problems of the development of ethnographic tourism in the Altai Republic. Possible prospects for the development of this type of tourism in the region are also identified.

Keywords: tourism, ethnographic tourism, ecotourism, gastronomic tourism, folk craft, Republic of Altai.

Республика Алтай - это уникальный регион России с богатой культурной и исторической наследием. Этнографический туризм в этом регионе может стать важным источником дохода для местных жителей, а также способом сохранения и продвижения традиционной культуры и народных промыслов[1].

Цель этнографического туризма – посещение объектов культуры, архитектуры и быта народов, проживающих на данной территории. На Алтае это направление только начинает развиваться. Очень интересно то, что этнотуристам удастся почерпнуть опыт прошлых поколений, познать новые для себя обычаи, пообщаться с настоящими алтайскими шаманами, побывать в музеях алтайского народа, окунуться в старину.

Данный вид туризм основывается на интересе туристов к жизни народов, к их традициям и обычаям, культуре и обрядам, творчеству и быту

Несмотря на то, что Республика Алтай обладает богатой культурной и этнографической историей, развитие этнографического туризма в регионе сталкивается с рядом проблем:

1. Недостаточная инфраструктура. Недостаточность гостиничной базы, транспортной инфраструктуры, отсутствие соответствующей туристической инфраструктуры (гидов, организаторов маршрутов и т.д.) затрудняют развитие этнографического туризма в регионе.

2. Недостаток кадров. Для развития этнографического туризма необходимы профессиональные гиды, переводчики, мастера народных промыслов и другие специалисты.

3. Неполное понимание туристического потенциала республики. Местные жители не всегда осознают ценность своей культуры и традиций для туризма, что мешает развитию этой отрасли.

4. Проблемы экологии. Республика Алтай богата природными ресурсами, но их эксплуатация может нанести ущерб окружающей среде и уменьшить привлекательность региона для туристов.

5. Отсутствие финансирования. Недостаточное финансирование со стороны государства и частных инвесторов делает развитие этнографического туризма невыгодным для местных жителей.

6. Недостаточность маркетинговых и рекламных мероприятий. Отсутствие активной рекламы туристических мероприятий и развлечений, которые могут быть интересны для туристов, делает регион малоизвестным и не привлекает достаточно туристов.

7. Конфликты с местными жителями. Конфликты между местными жителями и туристами часто возникают из-за нарушения этнических и культурных традиций и обычаев.

8. Недостаточное понимание рынка. Недостаточное понимание рынка и требований туристов со стороны местных организаторов туристической индустрии также может препятствовать развитию этнографического туризма в регионе [4].

В целом, развитию этнографического туризма в Республике Алтай могут помочь улучшение инфраструктуры и туристической индустрии, повышение культурной и этнической осведомленности туристов и устранение конфликтов между местными жителями и туристами.

Увеличение туристского потока, строительство объектов туристической индустрии оказывают негативное влияние на состояние природных комплексов и систем. От туристского «натиска» страдают природа, культурно-исторические и археологические объекты Алтая, а также объекты, используемые местным населением в ритуальных, лечебных и иных целях. В данных условиях приоритет развития должен быть установлен для таких видов туризма, которые не оказывают значительного негативного влияния на окружающую природную среду, которые помогают возрождать традиционную культуру коренных народов, в основе которой заложены основы бережного природопользования. Таким видом туризма может выступать этнографический туризм.

Для решения этих проблем необходимо проводить консультации с местными жителями, создавать образовательные программы для подготовки кадров, проводить экологические кампании и разрабатывать новые туристические маршруты, которые будут учитывать интересы и потребности туристов.

В перспективе развития этнографического туризма в Республике Алтай можно выделить следующие направления:

1. Развитие экотуризма. Республика Алтай - это уникальный регион с богатой природной и культурной наследием, который может заинтересовать любителей экотуризма со всего мира.

2. Развитие туризма на основе народных промыслов. Туристы могут посетить мастерские местных ремесленников, узнать о традиционных способах изготовления предметов быта и украшений, а также приобрести сувениры.

3. Развитие гастрономического туризма. Республика Алтай славится своей национальной кухней, которая может стать интересной для туристов.

4. Развитие туризма на основе культурных и образовательных программ. Туристы могут посетить музеи и выставки, принять участие в мастер-классах по национальным танцам и песням, а также узнать о традициях и обычаях местных жителей[3].

5. Создание информационно-туристического центра для привлечения туристов и организации экскурсий по популярным местам в республике.

6. Изучение потребностей туристов в этнографических экскурсиях и разработка туристических маршрутов, охватывающих различные этнические группы республики.

7. Более эффективное использование существующих музеев и культурных центров, чтобы показать туристам уникальную культуру и традиции народов Алтая.

8. Увеличение сотрудничества с туристическими агентствами и туристическими операторами, чтобы привлекать больше туристов на этнографические экскурсии.

9. Проведение более широкой рекламной кампании для привлечения внимания к этнографическому туризму в Алтае, в том числе через социальные сети и блогеров.

10. Подготовка и поддержка местных тургидов, которые могут рассказать о культуре и истории народов Алтая и помочь туристам ориентироваться в республике.

11. Организация мастер-классов по ремеслу и кулинарии для туристов, чтобы показать им на практике, какие уникальные традиции существуют в республике [2].

Основным ресурсом этнотуризма являются малые этнические группы, культура которых существенно отличается от культуры доминирующего этноса. Этнотуризм дает возможность «погружения» в природу и историко-культурную среду, он направлен на познание и сохранение уникального историко-культурного наследия малых этносов, бережное и ответственное отношение к природной среде.

К сожалению, в настоящее время этнографический туризм в структуре туристического предложения Алтая занимает весьма незначительный удельный вес. Из туроператоров Алтайского региона только пять включают объекты этнического туризма в свои программы в качестве основных объектов показа: «Алтай-Тур», «Мир», «Спутник Алтай», «Арго», «Аргуна». Например, горно-алтайский туроператор «Алтай тур» предлагает уникальные турпродукты, которые включают мастер-классы (изготовление оберегов, украшений, элементов одежды из кожи, русской обрядовой куклы, приготовление блюд национальной кухни, игра на национальных музыкальных инструментах, участие в национальных танцах и видах спорта (алтай куреш, или алтайская борьба, алтай шатра, или алтайская настольная игра, стрельба из лука, поднятие камня и др.).

Разработка и продвижение данных направлений поможет привлечь больше туристов в Республику Алтай и способствовать ее развитию благодаря уникальными горными ландшафтами, дополненными сохранившимися историко-культурными памятниками эпох и народов. Все это будет способствовать укреплению толерантного отношения к представителям разных этносов, поможет сохранить многообразие и многоликость современного мира, что в конечном итоге ведет к возрождению местных сообществ и будет обеспечивать экономический рост данного региона.

В заключении стоит отметить, что Республика Алтай является уникальным местом для этнографического туризма, благодаря своей богатой истории и культуре, которые до сих пор хранятся в народных обычаях и традициях. Взаимодействие с местными жителями, участие в национальных праздниках и обрядах, знакомство с местной кухней и ремеслами позволят туристам погрузиться в увлекательный мир алтайской культуры и обогатить свой опыт путешествий. Этнографический туризм в Республике Алтай становится все более популярным, что в свою очередь стимулирует развитие инфраструктуры и создание новых

туристических маршрутов. Однако, важно помнить, что туристы должны уважительно относиться к местной культуре и традициям, сохранять неприкосновенность природы и гармонично сочетать свой отдых с потребностями местного населения.

Библиографический список

1. Арефьев, В. Е. Туризм на Алтае. Предпосылки развития и проблемы полезности / В. Е. Арефьев, А. В. Чудов. – Барнаул, 2020. – 128 с.
2. Колупаева, И. В. Анализ исторического развития туристской инфраструктуры Республики Алтай / И. В. Колупаева // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – Барнаул, 2021. – С. 50–52.
3. Сладких, Л. С. Основные проблемы развития внутреннего туризма в России / Л. С. Сладких // Проблемы современной экономики. – 2021. – № 4(44). – С. 368–371.
4. Черемисин, А. А. Обзор развития экономической составляющей Республики Алтай на примере туристской сферы : монография / А. А. Черемисин. – Бийск : БПГУ. – 2019. – 142 с.

УДК:338.48

Значение социологических исследований в туризме

Данько Степан Витальевич

студент 840 гр., экономико-юридического факультета,

Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

840-06@edu.gasu.ru

Научный руководитель - Кудрявцева Ангелина Витальевна,

преподаватель кафедры экономики, туризма и прикладной информатики

Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

Аннотация. Изучение туризма с точки зрения социологического подхода позволяет наиболее глубоко изучить все аспекты данной индустрии. В статье рассматривается необходимость изучения туризма с помощью применения социологических исследований, рассмотрены теории из социологических наук, позволяющие изучать и анализировать сферу туризма, приведены примеры социологических исследований в туризме.

Ключевые слова: социологические исследования, туризм, туристская сфера, методы исследования.

The importance of sociological research in tourism

Danko Stepan

student of 840 gr., Faculty of Economics and Law,

Gorno-Altai State University, Gorno-Altai

840-06@edu.gasu.ru

Annotation. The study of tourism from the point of view of a sociological approach allows you to study all aspects of this industry in the most profound way. The article considers the need to study tourism through the use of sociological research, discusses theories from the sociological sciences that allow studying and analyzing the tourism sector, provides examples of sociological research in tourism.

Keywords: sociological research, tourism, tourism sphere, research methods.

В настоящее время туризм – один из важнейших сегментов сферы услуг, который оказывает влияние на самые разнообразные сферы экономики. Это целая система экономических отношений, формирующаяся в ходе производства и потребления туристских продуктов и услуг.

Кроме этого, туризм является одним из важных направлений развития таких сфер экономической и социальной деятельности, как создание новых рабочих мест, обеспечение занятости населения, выступает катализатором социально-экономического развития территории, способствует сохранению и восстановлению историко-культурного и природного наследия

Поэтому, учитывая многогранность туристской отрасли, изучить её в рамках одной науки невозможно. Для обширного и глубокого изучения туризма необходимо проводить комплексные, междисциплинарные исследования. Анализ и изучение туристской отрасли может проводиться как с точки зрения экономики, управления и маркетинга, так и в ракурсе психологии и социологии.

Так, социологические исследования в туристской отрасли могут быть посвящены самым разнообразным аспектам, а проведение анализа в сфере туризма с помощью методов социологии на данный момент является актуальным. Например, один из основных показателей туризма - туристский спрос, является социальной категорией. Выбор потребителем туристского продукта, его сознание и поведение – всё это социальные факторы.

К проведению социологических исследований прибегают не только органы территориального управления, заинтересованные в устойчивом развитии регионов, городов и тд., но и туристические фирмы, для развития и функционирования которых необходима информация о мотивации потребителей, их потребностях и интересах. Применение социологических методов в туристской индустрии предоставляет возможность полностью изучить путь и процесс формирования интереса потребителя к какому-либо товару или услуге. Благодаря социологическим исследованиям становится возможным изучить и проанализировать экономические возможности, мотивацию, предпочтения и опасения потребителей туристских продуктов. На основе полученных данных фирмы проектируют и внедряют новые туристские продукты и услуги, соответствующие актуальным запросам клиентов. Таким образом, своевременно проводя социологические исследования, туристские предприятия могут формировать конкурентные преимущества, контролировать спрос, моделировать предложения.

В свою очередь, при выборочном применении некоторых социологических теорий, становится возможным комплексное исследование туризма. Например, теории социальных действий Макса Вебера, в соответствии с которой поведение индивида или группы индивидов рассматривается в качестве исходного пункта исследований [2]. Согласно М. Веберу, социальное действие является средней величиной массового группового поведения, а также его мотивов. По его мнению, мотивы социальных действий могут быть целерациональными, ценностно-рациональными, аффективными, традиционными. Например, у туристов, ожидающих к себе внимания и уважения со стороны работников турфирмы, предоставляющей им услуги, имеются целерациональные мотивы.

Также, с точки зрения социологических наук, при изучении туризма следует руководствоваться теорией социальной мобильности Дж. Урри, которая говорит о том, что перемещения в физическом пространстве, либо в пространстве виртуальном помогает решить некоторые социальные проблемы, а тот, кто не движется в социальном и географическом пространстве, обречен на деградацию. Урри рассматривает мобильность как влияние на восприятие времени, пространства, жизни и гражданства. В неё также включены путешествия людей, объектов, информации и ресурсов через международные границы. Туристическая мобильность, выделяемая Урри, является одним из основных видов мобильности, которые придают обществу новые качества.

А применение теории глобального общества Э. Гидденса, при анализе текущих социальных процессов в сфере туризме, помогает в определении тенденций и грядущих перемен в данной области.

Примером служат демографические исследования, которые изучают половозрастной состав потребителей туристских продуктов, исследования досуга населения, исследования духовных ценностей, таких как уровень культуры, религиозность населения, психологию общества в сфере потребления, исследования личности, то есть её стиля жизни, целеполагание, мотивацию [3]. Наибольшей актуальностью пользуются классические методы социологических исследований, то есть метод интервью и метод анкетного опроса, являющиеся основными источниками новой социальной информации. Менее популярными, но также актуальными являются метод анализа документов, позволяющий использовать различные документы исследователей данной сферы для получения необходимой информации, метод контент анализа, используемый для перевода изучаемой текстовой и графической информации в туристской деятельности в количественные показатели, а так же её статистической обработке. Социометрический метод позволяет повысить эффективность работы за счет социально-психологического исследования и объективно оценки межличностного общения внутри коллектива, а метод фокус-группы предоставляет глубокую, качественную информацию как от пользователей туристических услуг, так и от тех, кто их предоставляет. Более редко применяются такие общенаучные методы исследования, как диалектический, сравнительный анализ, системный анализ и др.

Таким образом, сфера туризма весьма сложная и объёмная система, включающая в себя и социальный феномен. Именно поэтому, его изучение нуждается в междисциплинарном подходе, ведь только при применении методов и факторов смежных наук возможно рассмотреть, проанализировать и спрогнозировать данную сферу.

Библиографический список

1. Кущёв, Н. П. Туризм как объект социологического анализа в современной России / Н. П. Кущёв // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2014. – № 1. – С. 63–68.
2. Лысикова, О. В. Социокультурные практики туризма: социологический анализ / О. В. Лысикова ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Саратовский гос. технический ун-т. – Саратов : Саратовский гос. технический ун-т, 2008. – 134 с.
3. Луковцева, А. К. Основные методологические подходы к изучению туризма в российских и зарубежных исследованиях / А. К. Луковцева // Экономика и управление 2010. – № 12. – С. 137–142.

УДК 379.85

Перспективы развития сельского туризма в Кондинском районе Ханты-Мансийского автономного округа - Югры на примере п. Половинка

Захарова Валерия Сергеевна

студент 3 курса, направление подготовки 43.03.02 Туризм,

Югорский государственный университет, Россия, г. Ханты-Мансийск

valeriazaharova05122002@gmail.com

Научный руководитель - Есипова Светлана Александровна, кандидат географических наук, доцент Высшей экологической школы ЮГУ,

ФГБОУ ВО Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск

Аннотация. Для сельского туризма особенно важны природные, историко- культурные и этнографические туристические ресурсы. В данной статье будут описаны туристические ресурсы поселка Половинка Кондинского района ХМАО-Югры, имеющие перспективы для создания привлекательного туристического продукта в сфере сельского туризма на территории Югры. В статье подробно рассказывается об исторических ресурсах поселения.

Ключевые слова: сельский туризм, историко-культурные ресурсы, природные ресурсы, этнографические ресурсы, кондинские манси, Югра.

Prospects for the development of rural tourism in the Kondinsky district of the Khanty-Mansi autonomous okrug -Yugra on the example of the village of Polovinka

Zakharova Valeria

3rd year student, field of study 43.03.02 Tourism, Yugra State University,

Russia, Khanty-Mansiysk

valeriazaharova05122002@gmail.com

Abstract. Natural, historical, cultural and ethnographic tourism resources are especially important for rural tourism. This article will describe the tourist resources of the village of Polovinka, Kondinsky district of Khanty-Mansi Autonomous Okrug-Ugra, which have prospects for creating an attractive tourism product in the field of rural tourism in Yugra. The article details the historical resources of the settlement.

Keywords: rural tourism, historical and cultural resources, natural resources, ethnographic resources, Kondinsky Mansi, Yugra.

Ханты-Мансийский автономный округ-Югра известен добычей нефти и газа, однако, это не все его особенности, округ также богат природой и людьми. В Югре проживают представители 124 этносов, коренными жителями являются народы ханты и манси. Во многих деревнях и селах округа удалось сохранить либо память о быте и культуре коренных народов, либо самих представителей этой культуры, которые все еще живут традиционным образом жизни. Этот факт дает большой этнографический ресурс для развития сельского туризма в Югорских поселениях.

Сельский туризм – это отдых в поселении где, живет небольшое количество людей, использование в качестве развлечения природных, этнографических, историко-культурных, сельскохозяйственных ресурсов. Это стремление туриста окунуться в «деревенский» образ жизни – попробовать простые деревенские блюда, ингредиенты для которых только что собрали с огорода или же старательно добывали в лесу, насладиться природой, прогулявшись по лесной тропинке, сходяв на рыбалку, проникнуться культурой местных жителей, проведя с ними время, понять их «философию» жизни, их самобытность. Но важно понимать, что каждая территория имеет свой уникальный туристический потенциал, для развития которого нужен индивидуальный подход. В этой статье мы хотели бы рассказать об особенностях туристических ресурсов поселения, который находится в Кондинском районе Ханты-Мансийского автономного округа- Югры с интересным, загадочным названием «Половинка». Название пошло от того, что поселение находилось на половине пути от деревни Тап к деревне Учинья. [1] Прошел половину пути, оказался в Половинке.

История поселка начинается с далекого прошлого, когда в 17-18 веках манси обосновались вдоль реки Конда, сформировавшись в группу восточных (кондинских) манси. [2] В 19 веке на территории поселка проживал род Кауртаевых, фамилия этих людей пошла от исторической столицы кондинского княжества Кауртаж, они имели рыболовецкое угодье, ведь земля, на которой они жили, богата рыбой.

В 1936 г. на берегу реки Конды построили маленький засолочный пункт по добыче и переработке рыбы, здесь работали местные жители ближайших деревень и ссыльные люди, попавшие под репрессии. В 1942 г, когда стране было чрезвычайно необходимо продовольствие, пункт активно работал и вырос до большого предприятия, став «Учинским рыбзаводом». Территория, на которой развивалась эта рыболовная деятельность, называлась «Рыбучастком» с нее началась история Половинки. [1]

В послевоенное время СССР нужно было восстанавливать инфраструктуру и догонять уровень развития других стран, в связи с этим в ХМАО - Югре в 1950-е годы начала активно развиваться лесная промышленность. [3] В 1955 г. после аэросъемки лесных массивов округа в посёлке образовался Половинкинский лесоучасток, он входил в состав Кондинского лесопромышленного комбината. Из-за развития рыбной и лесной промышленности в

поселок приехали новые люди, численность населения достигла 3000 человек, став самой высокой за всю историю поселения. Поселок рос, и появилась необходимость в строительстве административных зданий. Так в 1960 г. построили 2-х этажную деревянную школу, которая могла принять 600 человек, через год в посёлке построили больницу на 40 койко-мест, в 1992 г. здание швейной мастерской переоборудовали в здание администрации [4]. В настоящем времени Половинка располагает 3 продуктовыми и 1 промышленным магазинами, новым зданием администрации, школой, 2-мя детскими садами, домом культуры, сельской библиотекой и больницей. Сейчас в поселке проживает 1250 человек. Самое главное, что здесь живут не равнодушные к истории поселения люди, например, Хомяков Анатолий Николаевич, благодаря которому в поселке появились памятник Великой Отечественной войне и этнографический музей. Анатолий Николаевич родился в 1930г. в п. Половинка, он является коренным жителем. Всю свою жизнь он работал, начиная с рыбзавода в годы войны, когда ему было лишь 13 лет, и по 1978г. Когда он вышел на пенсию, ему захотелось сделать что-то полезное для своей малой родины, оставить память, тогда он начал работать над установлением памятника, погибшим во время Великой Отечественной войны землякам. Анатолий Николаевич сам разработал макет, заказал бетонные плиты, и в 1989г памятник-обелиск был установлен. [4]

Из историко-культурных туристических ресурсов в Половинке есть древнее городище «Высокая гора» - археологический памятник 13-14 веков, когда-то, на этой территории располагался городок князя [5]. Это уникальное место, так как из всех археологических памятников, найденных в Кондинском районе, только этот сохранил свой первоначальный вид. Несмотря на то, что он находится в лесу на протяжении многих веков, его территорию не затягивает лесной массив, гора окружена рвом, по одну сторону протекает река, рядом растут многовековые лиственницы, которые для коренных жителей имеют сакральное значение, считается, что, обняв дерево, ты очистишься от негатива, а еще принято загадывать желания, завязывая ленточки на ветках священных лиственниц.

Также к историко-культурным ресурсам, можно отнести Учинский этнографический музей им. Хомякова А.Н, который посвящен коренным жителям этого поселения – Кондинским манси. Этот музей под открытым небом Анатолий Николаевич открыл 10 декабря 1990 года. Многие экспонаты для музея он изготовил самостоятельно: строил мансийские избы, лабазы, мань кол; делал лодки-осиновки, лодки-кедровки на которых манси переплывали реки; орудия труда, ловли рыбы; различные предметы быта, например, такие как берестяные короба, люльки, столы стулья; шил традиционную одежду и многое другое [4]. Посетив этот музей, можно узнать, как раньше жили коренные жители, куда уходила женщина, собиравшаяся рожать, как хранили продукты и многое другое о быте и культуре северного народа. Этот объект стоит посетить, потому что, находясь в этом музее, где экспонаты находятся под открытым небом, создается впечатление, что гуляешь по мансийской деревне.

Из природных ресурсов можно выделить «Светлое» озеро. Оно находится в 5 км от поселка. Не просто озеро называется «светлым», оно действительно светлое, вода почти прозрачная, площадь зеркала около 80 000 м², его ширина достигает 300 м, а длина 350 м. В летнее время года там можно отдохнуть, искупавшись в озере, полежав на песчаном пляже, организовать пикник. «Светлое» это озеро с 3-х сторон окруженное лесом, место выглядит очень живописно. Следующий природный ресурс – это река Конда, она является левым притоком Иртыша, в реке водится разнообразная рыба, поэтому на реке часто организовывают рыбалку, в том числе и трофейную, как в летнее, так и в зимнее время года. Также к природным ресурсам можно отнести лесные тропы, вдоль которых можно собирать ягоды брусники, черники, земляники, голубики, клюквы, грибы, например, моховики, боровики, грузди, подосиновики и белые.

Среди ресурсов событийного туризма в Половинке, можно выделить традиционные праздники – это известная всем Масленица, а также День Рыбака и Вороний день. На

Масленицу проходят массовые гуляния в центре поселка, с веселыми уличными конкурсами, хороводами и сжиганием чучела. На День Рыбака (2-е воскресенье июля) сельский дом культуры показывает праздничный концерт, также проводит различные конкурсы, вручает призы. Традиционно, День Рыбака отмечается на берегу р. Конды. На Вороний день все гуляния проходят в местном музее, гостей бесплатно угощают ухой, можно свободно прогуляться по территории музея под открытым небом, рассматривая экспонаты, также представляют концертную программу, и уличные конкурсы для детей и взрослых. Традиционно гости праздника загадывают желание, привязав цветную ленточку к ветке лиственницы.

Нами были проанализированы природные и историко-культурные ресурсы, теперь поговорим о туристской инфраструктуре поселка.

Начнем с транспорта. До Половинки проложена асфальтированная дорога, добраться можно на автобусе, либо личном транспорте. Единственная сложность, с которой столкнуться туроператоры при разработке тур. продукта в п. Половинка – это средства размещения, в поселке нет специализированных предприятий. В качестве решения этой проблемы я предлагаю разместить туристов в гостях у местных жителей, для туриста это будет вдвойне интересно, т.к. отдых в сельской местности становится еще колоритнее, если ты живешь у местных жителей. Чтобы узнать, готовы ли жители поселка принять у себя дома туристов, был проведен опрос. По его результатам выяснилось, что голоса разделились практически поровну, пятьдесят процентов опрошенных готовы размещать у себя туристов, а другая половина не готова, также выяснилось, что большая часть тех, кто имеет свободную жилплощадь, готовы ее сдавать посуточно за 700-1000 руб. за человека в сутки. Результаты опроса дают понять, что проблема размещения туристов может быть решена.

Таким образом, можно сделать вывод, что п. Половинка имеет недостаточно развитую туристскую инфраструктуру, но обладает уникальными этнографическими, природными, историко-культурными туристскими ресурсами и событийными мероприятиями, что формирует хороший потенциал и перспективы для развития сельского, аутентичного туризма

Библиографический список

1. История поселения // Администрация сельского поселения Половинка : [сайт]. – URL: <http://adm-polov.ru/istoriya-poseleniya.html> (дата обращения: 25.03.2023).
2. Манси // Образовательные и межкультурные программы «Финно-Угорский мир» : [сайт]. – URL: <http://finno-ugry.ru/finnougricworld/mansi> (дата обращения: 26.03.2023).
3. Судаков, А. В. Развитие лесной промышленности Ханты-Мансийского автономного округа в конце 1950-х - середине 1980-х гг. : специальность 07.00.02 «Отечественная история» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата исторических наук / Судаков Александр Валерьевич ; Тюменский государственный университет. – Сургут, 2005. – 32 с.
4. Мостовых, Г. А. Река моей жизни / Г. А. Мостовых. – Шадринск : Изд-во ОГУП «Шадринский Дом Печати», 2012. – 100 с.
5. Священное место на Конде – городище Высокая гора // Вконтакте : [сайт]. – URL: https://vk.com/wall-188170241_2353 (дата обращения: 24.03.2023).

Перспективы развития сельского туризма в Республике Саха (Якутия)**Кампеева Мария Ильинична***студент кафедры социально-культурного сервиса и туризма,**Северо-Восточный Федеральный университет, г. Якутск**mkampeeva99@mail.ru*

Научный руководитель - Чиряева Карина Степановна, старший преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма, СВФУ им. М.К. Аммосова, Якутск

Аннотация. Статья посвящена сельскому туризму как актуальному виду туризма для развития в Республике Саха (Якутия). Обладая всеми необходимыми ресурсами, Якутия имеет потенциал для развития различного вида туризма, и сельский туризм не является исключением. Развитие сельского туризма в Республики Саха (Якутия) даст возможность для знакомства с культурой и традициями, с укладом жизни местного населения. Кроме того создание объектов для сельского туризма, различных маршрутов создаст новые рабочие места и даст возможность для дополнительного заработка местному населению.

Ключевые слова: туризм, сельский туризм, туристские базы, базы отдыха, туризм в сельской местности.

Prospects for the development of rural tourism in the Republic of Sakha (Yakutia)**Kampeeva Maria***student of the Department of Socio-Cultural Service and Tourism,**North-Eastern Federal University, Yakutsk**mkampeeva99@mail.ru*

Annotation. The article is devoted to rural tourism as an actual type of tourism for development in the Republic of Sakha (Yakutia). With all the necessary resources, Yakutia has the potential to develop various types of tourism, and rural tourism is no exception. The development of rural tourism in the Republic of Sakha (Yakutia) will provide an opportunity to get acquainted with the culture and traditions, with the way of life of the local population. In addition, the creation of facilities for rural tourism, various routes will create new jobs and provide an opportunity for additional earnings to the local population.

Keywords: tourism, rural tourism, tourist bases, recreation centers, tourism in rural areas.

Республика Саха (Якутия) являясь самым крупным субъектом России, обладает уникальными природными объектами, имеет большой потенциал для развития внутреннего туризма.

В Якутии, благодаря сохранившейся традиционной культуре коренных народов Севера и их традиционным промыслам (оленоводство, коневодство, рыболовство) есть возможность развития этнографического туризма. Также, Якутия располагает уникальными ресурсами для развития этнокультурного туризма: национальный праздник Ысыах, героический эпос якутов Олонхо, якутская национальная кухня, якутские национальные виды спорта, историко-этнографические музеи и многое другое. И вместе с тем, Республика Саха (Якутия) имеет огромный потенциал для развития сельского туризма [2].

Сельский туризм – туризм, предусматривающий посещение сельской местности, малых городов с численностью населения до тридцати тысяч человек, в целях отдыха, приобщения к традиционному укладу жизни, ознакомления с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения материальной выгоды с возможностью предоставления услуг по временному размещению, организации досуга, экскурсионных и иных услуг [1].

Якутия, обладая множеством лесов, рек и полей, привлекает любителей охоты, рыбалки, а также пешего туризма. Исторически значимые места, богатая история, самобытная культура и быт местного населения формируют ресурсы для развития сельского туризма.

Главной целью сельского туризма является отдых от городской суеты и обыденности, также ощущение близости с природой и знакомство с местными традициями. В соответствии с этим, местные туристские базы, расположенные в сельской местности, могут поспособствовать развитию сельского туризма в Республике Саха (Якутия).

Турбаза «Лазурный берег», который находится в Намском районе, расположен на правом берегу реки Лены и окружен великолепным сосновым бором, где целебный воздух и сказочная красота природы располагает к длительным пешеходным прогулкам. Кроме того, отдыхающие могут отправиться в лес за грибами и ягодами и всегда имеют возможность порыбачить. Здесь в 1632 году русские казаки построили один из первых Ленских острогов, а сейчас тут, всего в 70 км от города Якутска, обустроено прекрасное место для отдыха.

Гости турбазы «Лазурный берег» могут поселиться в уютных домиках из натурального дерева. Могут арендовать банкетный зал для организации праздников и корпоративных мероприятий.

База отдыха «Еланка» расположенная в 160 км от города Якутска, также имеет потенциал для развития сельского туризма. Она располагает живописной и экологически чистой местностью, а также местами для сбора ягод и грибов. Более того, база отдыха «Еланка» предлагает экскурсии с посещением Национального парка «Ленские столбы», который является главной достопримечательностью Якутии, вошедший в список природного наследия ЮНЕСКО, а также стоянку древнего человека в местности Дириг-Юрях, местность Орто Дойду, где есть одноименный зоопарк «Орто дойду» - единственный в мире зоопарк, работающий в условиях северного экстремально холодного климата.

Турбаза «Три березы» - одна из самых красивых туристических баз Амгинского района Республики Саха (Якутия). Здесь посетители могут купаться в чистой реке Амге, пойти в лес для сбора ягод, особенно здесь лучше всего собирать землянику; также можно устроить настоящую рыбалку (в Амге водятся ленок, хариус, окунь, таймень, налим, елец, тугунок), и просто отдохнуть душой.

Но кроме отдыха на природе с комфортным проживанием, сельский туризм предполагает приобщения к традиционному укладу жизни, ознакомление с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) участия в сельскохозяйственных работах. То есть вместе с турбазами надо привлечь местные сельскохозяйственные предприятия, местных мастеров, столяров и кузнецов. Они будут продвигать свои товары и услуги, будут знакомить со своей деятельностью – проводя экскурсии, также туристы могут участвовать в сельскохозяйственных работах, например, сбор урожая или кормление и уход за животными.

Для того, чтобы узнать востребованность сельского туризма в Республике Саха (Якутия) нами был проведен опрос среди населения города Якутска. Опрос прошли 160 человек, фактически проживающих в городе Якутск.

Как показывают результаты опроса большая часть респондентов, а именно 91%, хотели бы провести свои выходные или отпуск в сельской местности (рисунок 1).

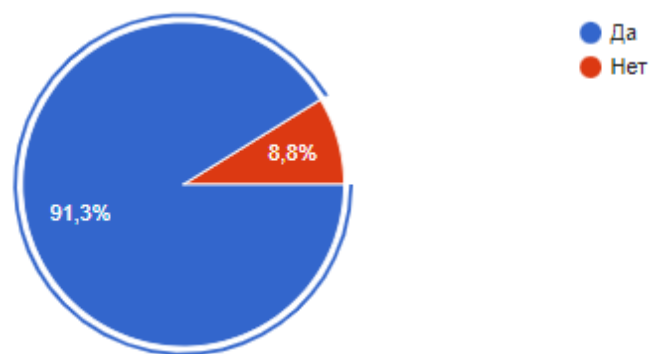


Рисунок 1 – Диаграмма предпочтений жителей г. Якутск в отдыхе в сельской местности

Вторым был вопрос – насколько далеко от г. Якутск респонденты готовы уехать. 39% опрошиваемых предпочитают уехать на 300 и более километров (рисунок 2).

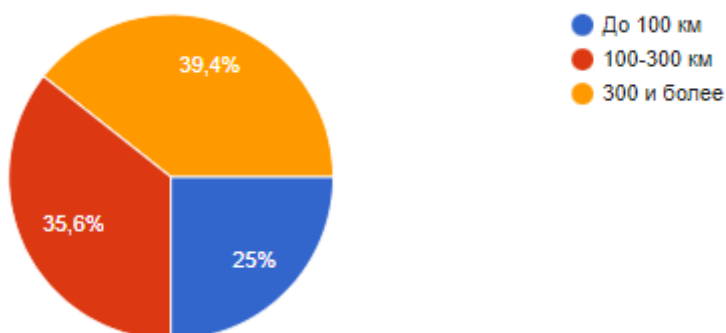


Рисунок 2 – Диаграмма предпочтений жителей г. Якутск в удаленности места отдыха от г. Якутск

Третий вопрос касался занятий, которыми респонденты хотели бы заняться во время отдыха. 106 опрошенных выбрали прогулку по лесу, 93 человека выбрали – рыбалку, 75 – катание на лошадях и 30 – знакомство с сельскохозяйственной работой (сенокос, работа в поле, доение коров). Также были предложены дополнительные мероприятия от самих респондентов такие, как купание, сплав, сбор ягод и грибов (рисунок 3).

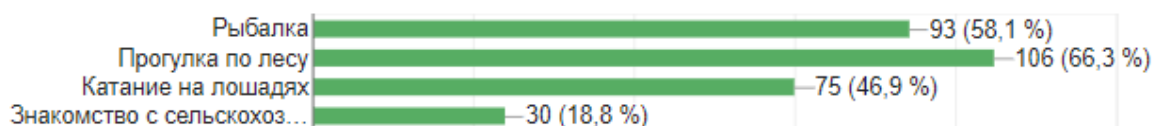


Рисунок 3 – Диаграмма предпочтений проводимых мероприятий во время отдыха в сельской местности

На вопрос, на сколько дней вы бы поехали отдохнуть в сельскую местность, многие ответили – на неделю (56 человек) (рисунок 4).

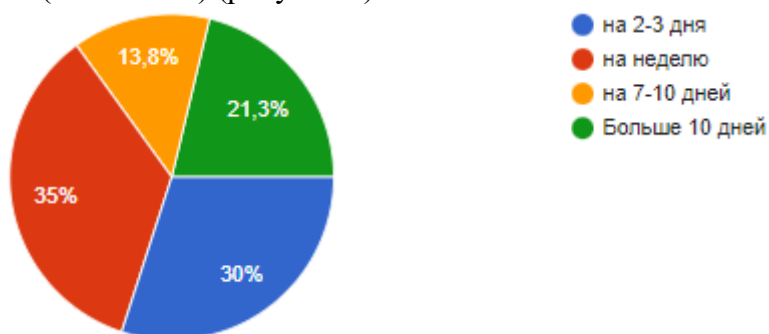


Рисунок 4 – Диаграмма предпочтений в длительности отдыха в сельской местности

Пятый вопрос показал, что 46% участвовавших в опросе жителей готовы потратить 1000 и более рублей в сутки на отдых в сельской местности (рисунок 5).

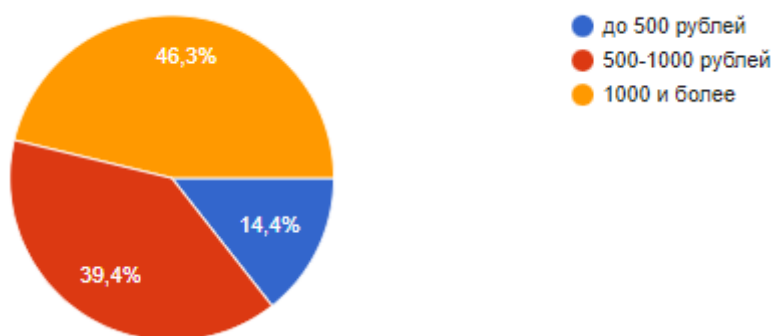


Рисунок 5 – Сколько туристы готовы потратить в сутки на отдых в сельской местности

Последний вопрос выделил, чем привлекает городских жителей отдых в сельской местности. Большинство респондентов хотят уединения, спокойствия и отдыха от городской суеты. Их привлекает чистый свежий воздух, единение с природой, натуральные продукты, тишина и домашняя атмосфера. И хорошим плюсом могут стать комфортные условия проживания, качественный сервис и приемлемые цены.

Большинство респондентов являются женщинами 127 из 160, возраст от 21 до 34, многие уже работающие, а также студенты ВУЗов и техникумов.

Подводя итог по проведенному опросу жителей города Якутск, можно сказать, что сельский туризм имеет свои перспективы для развития в Республике Саха (Якутия). Многие жители при качественном обслуживании и при доступных ценах могли бы поехать отдохнуть в сельскую местность.

Таким образом, для развития сельского туризма в Республике Саха (Якутия) предлагается создание сельских туристских баз или гостевых домов, включающих в себя фермерское хозяйство, которые будут знакомить с культурой, обычаями, традициями и с укладом жизни местного населения. Кроме того, открытие таких мест отдыха может стать дополнительным источником дохода для сельской местности, толчком для развития малого предпринимательства, способствовать общему развитию сельских территорий, а также создает новые рабочие места для местного населения.

Библиографический список

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон № 132-ФЗ : [принят Государственной Думой 4 октября 1996 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 03.04.2023).

2. О Концепции развития туризма в Республике Саха (Якутия) на 2020 – 2024 годы : распоряжение Правительства Республики Саха (Якутия) от 28.04.2020 № 401-р. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/1400202004290001> (дата обращения: 03.04.2023).

3. Общество. Культура. Образование. Книга 2 : монография / под общ. ред. В. П. Старостина. – Москва : Издательский дом Академии Естествознания, 2016. – 168 с. – ISBN 978-5-91327-386-4.

4. Шмыткова, А. В. Сельский туризм : учебное пособие / А. В. Шмыткова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. – 116 с.

**Роль цифровых технологий в развитии малых туристических дестинаций
на примере села Зенково и села Кышик**

Касаева Анастасия Михайловна

*студентка 3 курса, направление подготовки 43.03.02 Туризм
Югорский Государственный Университет, г. Ханты-Мансийск
dohliyki@gmail.com*

Научный руководитель – Есипова Светлана Александровна, кандидат географических наук, доцент, руководитель направления подготовки 43.03.02 «Туризм», доцент Высшей экологической школы Центра Превосходства «Ugra Green School» ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», г. Ханты-Мансийск

Аннотация. Цель статьи заключается в рассмотрении и решении проблемы узнаваемости малых населенных пункты решение через цифровизацию. При анализе материалов использовались структурно-семантический и метод сопоставительного анализа. С помощью этих методов был выявлен уровень вовлеченности цифровых технологий в туризме, основные отстающие позиции в цифровизацию туризма и возможное решение низкой осведомленности о туристическом потенциале малых населенных территорий. Углубление в эту тему, позволяет более целостно узнать о проблеме и охватить её аспекты для того, чтобы в последствии найти решение. А также дает возможность узнать о прогрессе в мире цифровизации туризма.

Ключевые слова: малые населенные пункты, туризм, узнаваемость, туристический потенциал, села Зенково и Кышик.

**The Role of Digital Technology in the Development of Small Tourism Destinations
in Zenkovo and Kyshik Villages**

Kasaeva Anastasia

*3rd year student, field of study 43.03.02 Tourism
Yugra State University, Khanty-Mansiysk
dohliyki@gmail.com*

Abstract. The aim of the article is to consider and solve the problem of recognizability of small populated areas through digitalization. Structural semantic and comparative analysis methods were used to analyze the materials. With the help of these methods the level of involvement of digital technologies in tourism, the main lagging positions in tourism digitalization and a possible solution of low awareness of the tourist potential of small populated areas were identified. By delving deeper into this topic, it is possible to know more about the problem and to cover its aspects in order to find a solution later on. It is also an opportunity to learn about the progress in the world of digitalization of tourism.

Keywords: small areas, tourism, visibility, tourism potential, Zenkovo and Kyshik villages.

В бурно развивающемся двадцать первом веке люди всё чаще стали использовать цифровые технологии в своей повседневной жизни и во всех отраслях, будь то экономика или туризм. Крупные корпорации делают упор на развитие информационных технологий, на своих предприятиях организовывая для этого курсы повышения квалификации, создавая новые технические отделы и приглашая туда молодых, квалифицированных специалистов. Уже нельзя представить нашу жизнь без гаджетов, интернета и прочих технологических новшеств. Они так прочно вошли в будничную жизнь, что в буквальном смысле окутали мир своими сетями. Хорошо это или плохо однозначно сказать нельзя, но кто бы, что ни говорил, технологии делают нашу жизнь лучше и легче. Особенно это влияние актуально для сферы

туризма. Так как данная сфера поистине разносторонняя и обширная. Последнее время, туристская отрасль рассматривается, как один из драйверов экономического развития страны. Во-первых, она оказывает непосредственное влияние на развитие смежных областей, таких как строительство, транспорт и коммуникация, сельское хозяйство, розничная торговля и др. Во-вторых, это перспективный источник привлечения в страну валютных поступлений. И именно поэтому для упрощения работы данной отрасли и в целом для построения слаженной работы структур необходимо активно вводить в туризм цифровые технологии. Одной из современных форм цифровизации туризма, является разработка мобильных приложений, полезных для осуществления туристического путешествия. В данной работе мы рассмотрим влияние цифровых технологий на развитие туризма в малых населенных пунктах, на примере сел Зенково и Кышик, расположенных в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре. Какое же влияние они оказывают на развитие туризма и резонно ли их вводить повсеместно для популяризации и освещения малых территорий.

Внедрение IT-технологий в туризме началось относительно недавно, эта тема широко освещается в работах многих учёных, таких как Оборин М.С, его статья «Перспективные направления внедрения цифровых технологий в сферу туризма и гостеприимства», он рассмотрел цифровые технологии, связанные с инновационными решениями в области продажи, обслуживания и управления туристических продуктов. Чхотуа И.З в своей работе «Стратегическое направление туристической отрасли в цифровой экономике», смогла рассмотреть и предложила стратегические векторы преобразований отрасли туризма, связанные с глобальным трендом диджитализации. В целом технологии охватывают всё больше направлений туризма. К примеру, активно вводятся виртуальные экскурсии по городам и музеям мира: виртуальный музей Лувр (louvre.historic.ru/virttour.shtml), виртуальные экскурсии в музеи мира (museionline.blogspot.com), виртуальный Санкт-Петербург (www.virtualspb.com). Бронирование-резервирование также переходят на сторону автоматизации. В начале 90-х гг. XX в. появились IDS (Интернет-системы бронирования), также известные как ADS (альтернативные системы бронирования), где каждый клиент может выбрать гостиницу, которая его интересует и тип номера ему подходящий. На смену им пришли современные системы бронирования (GDS) – Amadeus и Worldspan. Также новое направление, известное, как ГИС-технологии сейчас активно используются менеджерами туризма для решения задач отображения туристической привлекательности региона. На сегодняшний день одним из важнейших ориентиров в деятельности туристских организаций является разработка собственных сайтов и мобильных приложений с интерфейсом, доступным для всех категорий лиц, а также с возможностью работы на нескольких языках.

В исследуемой проблематике узнаваемости малых населенных пунктов центральными становятся вопросы продвижения через цифровизацию сферы туризма. На данный момент с учетом сложившейся мировой ситуации возрастает роль и повышенное внимание к развитию въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации. И если с крупными городами и туристскими дестинациями, у которых за долгое время сложилась туристская репутация (например, города «Золотого кольца России» или курорты Краснодарского края) всё понятно, у них имеются налаженные каналы привлечения туристов, как раз из-за широкой узнаваемости, то маленькие населённые пункты, заметно проигрывают на их фоне. Поэтому сейчас всё чаще поднимается вопрос, создания привлекательного и узнаваемого образа малых населенных пунктов у туристов. Чтобы разработать туристический продукт, который можно было бы рекламировать, нужно проделать большую работу по его разработке, а после, рекламе. Выполнение этой задачи базируется на достижении определенных условий, в основе которых лежат: ориентированность жителей на рекламирование родных территорий, тем самым создавая ее положительный облик; определение допустимой туристской нагрузки на территории; развитие туристско-рекреационных ресурсов и т.д.

Для понимания востребованности, необходимо изучить потребителя, выявить частоту посещений, провести сегментирование и на этой основе определить, на какие группы стоит ориентироваться при разработке туристического продукта. Таким образом, важны: доступность информации и качественное представление ценностного предложения малой территории, простота покупки туристических услуг, транспортная доступность, условия для формирования положительного опыта и впечатлений. Рассмотрим, как этот принцип работает на базе сел Зенково и Кышик. В населенных пунктах имеется прекрасная база для развития сельского туризма. Начнем с села Зенково, это довольно тихое и уютное место с нетронутой атмосферой деревенского быта, с деревянными домами, просторными полями, глиняными печами и русским духом. Хорошее место для семейного отдыха или для того, чтобы отвлечься от городской суеты. Изначально развитие данной туристской территории началось с инициативы местных жителей, которые хотели рассказать историю села, а также, показать семейные реликвии и таланты других жителей Зенково. И у них это отлично получается, за несколько лет они смогли превратить село в место, которое привлекает любителей сельского туризма. На данной территории собраны различные достопримечательности, которые расположены в небольших музеях, таких, как музей «Былое», где собраны различные исторические предметы данного села, музей «Семьи Герасимовых» и др. Кроме сельского туризма, здесь предлагаются сплавы на плоту, катания на моторной лодке, ловля рыбы, сбор грибов и ягод, поездки на снегоходе и др. Все они представляют широкий спектр активностей и интересного времяпрепровождения. У данной территории есть все факторы для развития, но, к сожалению, о данном месте знают не многие, хотя местные жители активно рекламируют и развивают его.

Что касается села Кышик, огромную роль играет отсутствие рекламы местности и взаимодействий с соседствующими территориями. Но, несмотря на это территория с точки зрения экологии и культурно-исторических достопримечательностей имеет неплохой потенциал для развития. К примеру, на территории есть музей под открытым небом, где воссоздали жизнь древних хантов. Посетив его турист может увидеть аутентичные дома древних хантов, избушки, чумы, лабаз и многое другое. Проводятся событийные мероприятия, такие как «Вороний день», который проводится 7 апреля. И наличие памятников посвященных Гражданской и Великой Отечественной войнам. Основная проблема выбранных для исследования территорий, это отсутствие или недостаточное количество информации в Интернете, что значительно снижает их узнаваемость среди потенциальных туристов.

В решении этих проблем могут помочь IT-технологии. К примеру, есть программы и ресурсы, где освещаются имеющиеся ресурсы того или иного региона или города. И каждый человек, может, не прикладывая больших усилий найти нужную ему информацию и сформировать нужный маршрут, ознакомиться с ценами, климатическими условиями, ближайшими событиями и т.д. Покупка туров благодаря технологиям становится делом одной минуты. Большинству людей и в голову не придет, что существует тот или иной населенный пункт (к примеру: село Зенково, село Кышик), а что там говорить о туристическом интересе посещения данной территории, если нет информации о ресурсах, которые там присутствуют, событиях и прочем. На фоне этого и идет такая малая заинтересованность, считаю, что это вполне возможно исправить, если разработать электронный ресурс, в котором ты сможешь найти интересующий населенный пункт и сразу же получить всю информацию о туристических ресурсах территории с прилагаемыми фотоматериалами, ссылками и ценами на данные ресурсы. Создание и ведение данного ресурса сможет помочь малым территориям в продвижении своего туристского продукта, а люди смогут узнать всё об их территории в одно касание.

Для того, чтобы доказать важность описываемой проблемы, было проведено исследование, а именно опрос на тему «Актуальность технологий в развитии малых туристских территорий». В проведенном мной опросе поучаствовало 70 человек, которые

ответили на вопросы. Вследствие опроса были получены следующие данные. Большинство, а именно около 92,9% опрошенных любят и часто выезжают на отдых за город, что говорит о потенциале развития отдаленных, загородных территорий, где у человека есть возможность побыть наедине с природой. Большинство респондентов в вопросе о поиске направлений предполагаемой поездки делают выбор в пользу Интернета (92,9%) и советов знакомых (85,7%), меньше всего люди полагаются на уличную рекламу направлений и разговоры. Это подводит нас к тому, что современные туристы используют такие же современные способы поиска направлений путешествий. Однако, чтобы отправиться на отдых за городом и выбрать место, нужно для начала знать, какие существуют туристические территории вблизи региона, а вот с этим у многих опрошенных возникают трудности, так как по итогу опроса большинство, а это порядка 71,4% не информированы о том, какие есть села, деревни и поселения рядом с их городами. Это наталкивает на вывод о том, что малые территории плохо освещаются в интернет ресурсах и о них практически невозможно узнать.

Вернемся к узнаваемости местных территорий ХМАО Югры, а именно селу Зенково и селу Кышик, что знают респонденты о них. Опрос показал, что только 21,4% опрошенных знают о таких туристических территориях и были там, остальные опрошенные, либо вовсе не знают о существовании этих поселений 50%, либо же просто что-то о них слышали 28,6%. Узнаваемость территорий довольно мала, но не отсутствует. Все респонденты проголосовали за то, что технологии играют большую роль в развитии современного туризма и их просто необходимо развивать. На вопрос о создании электронного ресурса, где будет собрана вся информация о достопримечательностях поселений, деревень и прочих малых территорий также все опрошенные ответили положительно, что дает понять о надобности развития и освещении данного направления, и создании непосредственно самого электронного ресурса.

Проанализировав полученные результаты, можно говорить о том, что цифровизация играет огромную роль в развитии современного туризма. Ещё большую роль она играет в освещении и узнаваемости малых населенных территорий. Все направления туризма, так или иначе, всё больше переходят в цифровой формат, что сокращает расстояние между туристическим продуктом и потребителем. Результаты исследований непосредственно подтверждают это, с появлением IT-технологий прослеживается закономерность в прямой необходимости цифровизации. Это же может помочь в развитии малых туристских территорий: деревень, поселений и т.д. Так как их плохая узнаваемость связана с плохой освещенностью территорий с точки зрения технологий. У них может быть отлично развита туристическая составляющая, внутренняя реклама на местах, но отсутствие Интернет продвижения накладывает большой отпечаток. Поэтому для большей узнаваемости и развития малых территорий необходимо делать упор на ресурсы Интернета и разработку различного рода сервисов для упрощения поиска, и взаимодействия с этими территориями.

Библиографический список

1. Чхотуа, И. З. Стратегические направления развития туристской отрасли в цифровой экономике / И. З. Чхотуа // Управленческое консультирование. – 2021. – № 4. – С. 81–96.
2. Оборин, М. С. Перспективные направления внедрения цифровых технологий в сферу туризма и гостеприимства / М. С. Оборин // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2019. – № 6. – С. 111–125.

Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае**Кузнецова Анна Витальевна***студент 2 курса Экономического факультета
Алтайский государственный аграрный университет, Барнаул
ana2004704@gmail.com**Научный руководитель – **Баринова Наталья Геннадьевна,****доцент кафедры гуманитарных дисциплин, к.п.н.,
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный аграрный университет», г. Барнаул*

Аннотация. В настоящее время роль туризма лечебно-оздоровительного возрастает. Рынок медицинских услуг активно развивается, расширяется его инфраструктура. Данный вид туризма влияет на развитие здравоохранения, повышению квалификации медицинского персонала, появлению новых, усовершенствованных технологий и методов обследования и лечения, а вследствие этого улучшению обслуживания пациентов. Развитие современного лечебно-оздоровительного туризма формирует новую эру здравоохранения, создает новые решения медицинских проблем Алтайского края.

Ключевые слова: туризм, развитие, оздоровление, лечение, санаторий, пансионат.

Prospects for the development of health tourism in the Altai territory**Kuznetsova Anna***2nd year student of the Faculty of Economic, Altai State Agrarian University, Barnaul
ana2004704@gmail.com*

Abstract. At the present time, the role of health tourism is increasing. The medical services market is actively developing, its infrastructure is expanding. This type of tourism affects the development of healthcare, the professional development of medical personnel, the emergence of new, improved technologies and methods of examination and treatment, and as a result, the improvement of patient care. The development of modern health tourism forms a new era of healthcare, creates new solutions to medical problems of the Altai Territory.

Keywords: tourism, development, health improvement, treatment, sanatorium, boarding house.

Цель исследования: нахождение отраслей и перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае.

Задачи:

1. Обзор санаториев и других лечебно-оздоровительных учреждений, а также природных потенциалов Алтайского края;
2. Изучение истории развития курортного дела на территории Алтайского края;
3. Нахождение перспективных направлений развития лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае.

Объект исследования: предприятия, предоставляющие медицинские, лечебно-оздоровительные услуги на базе туристических организаций в пределах Алтайского края.

Предмет исследования: развитие лечебно-оздоровительного туризма и медицины в целом в Алтайском крае.

Одним из наиболее популярных видов туристской деятельности в современных условиях является лечебно-оздоровительный туризм. В данной статье будут рассмотрены перспективы его развития и трудности, с которыми приходится сталкиваться. Выделены несколько его разновидностей: медицинский, санаторно-курортный и оздоровительный туризм. Изучена история развития курортного дела в Алтайском крае. Выявлены особенности создания и работы санаторно-курортных комплексов в пределах Алтайского края.

Обратимся к истории развития курортного дела в Алтайском крае.

Датой открытия первых лечебных вод в Алтайском крае можно считать 1803 год. Тогда были обнаружены горячие источники в районе современной Белокурихи. Некоторые первопоселенцы Белокурихи считали теплые воды источников помехой для ведения подсобного хозяйства. Их даже предлагали засыпать землей и камнями. Но многие считали источники «даром Божиим» и теплые ключи трогать не стали. А после того, как в середине 19 века были обнаружены целебные свойства воды из горячих источников (местные жители лечили водами застарелые травмы, инфекционные заболевания), минеральные ключи Белокурихи стали называть «живой водой».

Информация о горячих источниках пробудила интерес у Сибирских ученых. Первые анализы Белокурихинских вод были проведены учеными Томска. В 1867 году началось первое строительство курортных сооружений. В первую очередь строили «купели» – небольшие проточные бассейны из дерева с навесом над ними. «Купели» приобрели такую популярность у жителей ближайших городов и сел, что уже через год было начато строительство первой на курорте водолечебницы. Ежегодно курорт принимал на лечение и оздоровление до 300 человек [1].

Определены основные компоненты потенциала лечебно-оздоровительного туризма: природные ресурсы, экологическая благоприятность и инфраструктурная обеспеченность территории. В Алтайском крае имеются все компоненты и возможности для перспективного развития медицинского курорта.

Алтайский край богат своей природой и её естественными лечебными ресурсами. Уникальный климат, чистый, обогащённый минералами воздух, минеральные воды, многообразие флоры и фауны это гордость и преимущество лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае перед другими регионами России. Алтайский край расположен на Западно-Сибирской равнине и окружен с южной и восточной стороны Салаирским кряжем и предгорьями Алтая.

Благодаря континентальному климату и небольшому числу пасмурных дней территория Алтайского края получает большое количество солнечного света и тепла. Солнце – это один из важнейших факторов климатолечения в Алтайском крае. Солнечный свет же активизирует работу иммунной системы, улучшает метаболизм, циркуляцию крови.

Уникальный чистый воздух – это один из главных факторов, ради которого на Алтайский край съезжаются туристы из разных регионов России и даже стран. Равнинная часть Алтайского края богата лесами, основу которых составляют ленточные сосновые боры. Воздух здесь насыщен фитонцидами и маслами хвойных деревьев. Фитонциды являются природными антиоксидантами, обладают противомикробным, противовирусным и противовоспалительным эффектом. Воздух, насыщенный ароматом хвои, оказывает успокаивающее воздействие на нервную систему человека. Кроме того, эфирные масла хвойного воздуха обладают бактерицидным свойством, а каротин и аскорбиновая кислота повышают защитные силы организма, улучшают обмен веществ. В горной части Алтайского края воздух богат аэроионами – мельчайшими частицами, которые тонизируют деятельность нервной системы, отлично стимулируют иммунитет.

Водные ресурсы являются не менее важным природным лечебным фактором. Алтайский край насчитывает больше 13 тысяч озер, в основном соленых. Многие из них содержат богатые запасы лечебных грязей. Самые известные на Алтае – Большое и Малое Яровое, Малиновое озеро, Завьяловские озера. Они богаты высокоминерализованной рапой и илово-сульфидной и сапропелевой грязью. В состав лечебной грязи входят витамины, минералы, микроэлементы. Они применяются при лечении многих заболеваний: неврологических, гинекологических, дерматологических.

Так же в Алтайском крае насчитывают 35 целебных источников и ключей. Большинство из них применяются для лечения и оздоровления организма человека. Одним из самых известных является минеральный источник «Серебряный ключ». Его вода,

насыщенная ионами серебра, обладает антисептическим действием, широко применяется при лечении урологических, гинекологических и общетерапевтических заболеваний. Широкое распространение вода источника «Серебряный ключ» получила в косметологии. Помимо антисептического действия, она отлично стимулирует регенерацию кожи.

Алтайский край славится одним из крупнейших в России источником радоновых термальных вод. Азотно-кремнистые радоносодержащие воды успешно применяют при лечении:

- широкого спектра заболеваний:
- заболевания опорно-двигательного аппарата,
- заболевания нервной, сердечно-сосудистой, эндокринной систем,
- гинекологические и урологические заболевания,
- кожные болезни,
- болезни органов пищеварения.

Радоновая вода снимает воспаления, повышает иммунитет, улучшает обменные процессы, успокаивает нервы, предупреждает старение организма.

Ещё одним природным ресурсом являются рога Маралов. Маралы – один из видов благородного оленя, молодые неокостеневшие рога которых, панты, активно используются при лечении и оздоровлении. Продукцию из пантов марала используют при лечении заболеваний крови, сердечно-сосудистой системы, нервной системы, заболеваний головного мозга. Панты содержат высокую концентрацию минеральных солей, энзимов, витаминов и аминокислот. Благодаря такому составу, лекарственные смеси на основе пантов повышают иммунитет, дают заметный омолаживающий эффект, нормализуют нервную систему и давление, укрепляют все основные системы жизнедеятельности организма.

Пантолечение в Алтайском крае уникально, оно даёт оздоровительный эффект, не имеющий аналогов в мире. Причина этого кроется в среде обитания Алтайского марала, которая существенно отличается от среды обитания его родственников из Кореи, Америки, Китая и Новой Зеландии. Большую роль здесь играет кормовая база, состоящая преимущественно из лекарственных трав, горный климат и чистая минеральная вода.

Панты улучшают и активизируют мочеполовую функцию, восстанавливают опорно-двигательный аппарат, омолаживают организм.

Лекарственные растения преобладают среди многообразия растений Алтайского края, их насчитывают более 900 видов. В официальной медицине широко используют около 100 их видов. На основе лекарственных растений в Алтайском крае производят экологически чистые сборы, настои, отвары, бальзамы. Продукция широко представлена в черте курортов, а также сбор трав, высушивание и использование в быту трав распространено среди местных жителей.

Разнообразие алтайских трав, уникальный климат, состав почвы делает уникальным алтайский мед. Он содержит ценные натуральные компоненты, является одним из самых сложных по своему составу. Использование меда при лечении и оздоровлении организма разнообразно. Мед является источником большого количества витаминов и минералов. Также мед используется при проведении процедуры ароматерапии. Аромат меда, прополиса дает положительный эффект при лечении нервной системы, способствует повышению иммунитета.

По количеству и качеству лечебных факторов Алтайский край относится к особо благоприятной для рекреации и климатолечения местности [4].

Если же говорить об инфраструктурной обеспеченности территорий, то на территории Алтайского края насчитывается около 41 санаториев. Рассмотрим рейтинг самых популярных из них:

1. Родник Алтая

Санаторий расположен в Белокурихе – знаменитом городе-курорте Алтайского края. Сама природа создала это место для полноценного восстановления сил, эмоциональной перезагрузки и полезного семейного отдыха.

Белокуриха известна своими уникальными природными факторами для эффективного бальнеологического лечения. Даже воздух здесь обладает целительным эффектом благодаря высокому содержанию полезных частиц фитонцидов и аэроионов.

2. Белокуриха

Современный лечебно-оздоровительный комплекс, рассчитанный на 752 места. Основан санаторий в 1979 году, площадь территории – 12 га.

Гостиничный комплекс санатория «Белокуриха» состоит из двух десятиэтажных корпусов – «Южного» и «Северного», соединенных между собой теплыми переходами по первому и второму этажам, что обеспечивает максимальный комфорт при принятии процедур.

3. Россия

Один из крупнейших современных санаторно-курортных комплексов курорта Белокуриха, предоставляющий услуги европейского уровня: лечение и оздоровление, активный отдых и SPA. Санаторий находится в центре курортной зоны, располагая территорией ухоженного природного парка площадью в несколько гектаров.

4. Жемчужина Белокурихи

Современный санаторий Алтай, начавший свою деятельность в 2017 году. Здание комплекса было построено в центральной части курорта, возле Храма Николая Чудотворца. Благодаря соседству с аллеей Маньчжурского ореха, можно в полной мере почувствовать единение с природой Алтая и насладиться благоприятным воздействием лечебных процедур.

5. Алтай-West

Гостеприимный санаторий расположен в центре курортной зоны, на берегу живописной горной реки. Территория санатория представляет собой ухоженную парковую зону с красивейшим ландшафтом. Жилые и лечебные корпуса санатория соединены переходами в единый комплекс, образуя мини-городок, где есть все необходимое для комфортного и приятного оздоровления [2].

Из выше представленных данных мы можем сделать вывод о том, что Алтайский край действительно представляет большую конкуренцию для других курортных регионов России, ведь его потенциал для развития очень велик.

Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае. Учитывая потенциал развития Алтайского края, органами власти запущена государственная программа «Развитие туризма в Алтайском крае на 2020-2024 годы». В рамках данной программы одна из задач это – создание условий для устойчивого функционирования и развития санаторно-курортного комплекса Алтайского края. Одним из приоритетного мероприятия государственной программы является «Развитие санаторно-курортного комплекса Алтайского края», которое направлено на формирование устойчивого спроса на услуги санаторно-курортных организаций региона, развитие и благоустройство курортных территорий, а также сохранение природных лечебных ресурсов Алтайского края. Так же в 2020 году Управление Алтайского края по туризму и курортной деятельности запустили единый Интернет-ресурс санаторно-курортной отрасли региона, который предлагает пользователям актуальную и комплексную информацию о здравницах Алтайского края. Сайт Санаторииалтая.рф функционален и удобен в использовании, что позволяет максимально быстро найти необходимую информацию об оздоровлении в Алтайском крае/. В настоящее время в рамках реализации туристского кластера «Белокуриха – Предгорье Алтая», развивается строительство курорта «Белокуриха Горная» (изначально именовавшаяся «Белокуриха-2»). Проект «Белокуриха Горная» – крупнейший инвестиционный проект, который на выставке «Здравница-2013» получил золотую медаль как лучший проект санаторно-курортного комплекса. «Белокуриха Горная» – это создание нового курорта, разнопланового и привлекательного для всех возрастных категорий.

Курорт «Белокуриха Горная» является перспективным проектом, который выдвинет Алтайский край на новый уровень в области лечебно-оздоровительного туризма. В

настоящее время рынок лечебно-курортного туризма претерпевает изменения. Прежде всего, это связано с изменением характера спроса на лечебно-оздоровительные услуги. В моду входит здоровый образ жизни, и во всем мире растет число людей, которые хотят поддерживать хорошую физическую форму и нуждаются в восстановительных антистрессовых программах. В основном это люди среднего возраста и часто ограниченные во времени. Поэтому практически во всех санаториях нашего региона разработаны соответствующие программы, позволяющие за короткий срок восстановить силы и поднять жизненный тонус [3].

Так же как сообщает «Катунь 24»: «Более 68 миллионов рублей выделят из федерального бюджета на развитие туризма в Алтайском крае

Региону впервые выделили деньги на реализацию мероприятий по проекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Об этом сегодня, 13 февраля 2023 года, доложил губернатору Виктору Томенко начальник управления по развитию туризма и курортной деятельности Евгений Дешевых.

Гранты от государства будут направлены на благоустройство пляжей, развитие национальных туристических маршрутов, а также на проведение и продвижение туристических событийных мероприятий.

«Планируем благоустроить не менее шести пляжей в крае, улучшить национальный туристический маршрут «Здравствуй, Алтай» и расширить программу фестиваля «Цветение маральника», который пройдет в крае в 10-й раз», — сообщил руководитель ведомства.

Соглашение с Минэкономразвития РФ будет подписано в марте, сообщают на сайте правительства Алтайского края» [5].

Таким образом, в Алтайском крае, где уже динамично развивается оздоровительный туризм, появляются новые перспективы его развития.

Библиографический список

1. История развития санаторно-курортного комплекса Алтайского края // Санатории Алтая.рф : [сайт]. – URL: <https://санаторииалтая.рф/articles/istoriya-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-kompleksa-altayskogo-kraja> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Санатории Алтайского края // kurort-expert.ru : [сайт]. – URL: <https://kurort-expert.ru/portal/rossiia/altaiskii-krai> (дата обращения: 11.03.2023).
3. Анисимова, А. В. Современное состояние и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае : выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению подготовки: 43.03.02 «Туризм». – Барнаул, 2021.
4. Лечебно-оздоровительный потенциал Алтайского края // sanatoriialtaya.ru : [сайт]. – URL: <https://sanatoriialtaya.ru/articles/lechebno-ozdorovitelnyu-potentsial-altayskogo-kraja> (дата обращения: 09.03.2023).
5. Более 68 миллионов рублей выделят из федерального бюджета на развитие туризма в Алтайском крае // katun24.ru : [сайт]. – URL: <https://katun24.ru/news/721178> (дата обращения: 11.03.2023).

УДК: 379.85

Opportunities for the development of tourism in Kazakhstan

Nikiforova Marina

*student of the specialty «Tourism», Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda
ashat_ahmetov_94@mail.ru*

Scientific supervisor - Doskaliyeva Bayan

*doctor of Economics, Professor, Head of the Department «Tourism and Restaurant Business»
Karaganda University of Kazpotrebsoyuz*

Annotation. Currently, modern technologies in the tourism sector are being introduced, among them: artificial intelligence, voice assistants, these tools allow not only to improve the service as a whole, but also provide an opportunity to adapt to almost every client.

Special attention is paid to the development of domestic tourism (regional).

In order to develop in the country, tourism development regions called tourist clusters were identified.

Key words: tourism, sector, modern, tourism industry, trends, Kazakhstan.

Tourism as one of the most popular modern types of recreation is an important part of a person's life with his natural desire to learn something new and at least temporarily return to the natural environment. Tourism in the modern world has become a major industry serving the population [1, p. 37].

The formation of a market economy in Kazakhstan has increased interest in the forms and methods of tourist services for the population. The development of this industry at an accelerated pace and the increasing role of competition and the degree of commercialization of tourism activities have led to an understanding of the need for state regulation of the tourism business. For several generations, a significant part of the population of Kazakhstan used tourist services, as a result of which the need for them was massive, i.e. entered into the norm of life, became part of the national culture.

In recent years, more attention has been paid to the development of tourism in Kazakhstan. The prospects for the development of the tourism complex largely depend on the strengthening of state regulation of the tourism sector at the national level, which should be combined with a modern strategy for promoting regional tourism products.

As you know, in the theory and practice of tourism, the concepts of «social tourism» and «economic tourism» are distinguished. Accordingly, the criteria for evaluating the effectiveness of tourism as a global socio-economic phenomenon also differ.

In the modern world, tourism plays a positive role not only in the matter of cultural exchange between different countries. The development of tourism can meet the recreational needs of people and contribute to the solution of the most important socio-economic problems in both industrialized and developing countries.

Observing the dynamics of tourism development in the world, and also taking into account the tourism potential of our country, tourism should be identified as a priority sector of the economy of Kazakhstan, which will contribute to the creation of modern infrastructure, as well as the development of the region as a whole.

Currently, tourism is one of the most profitable types of business. The importance of tourism in the world is constantly increasing, which is associated with the increased influence of tourism on the economy of a particular country. In the economy of a particular country, international tourism performs a number of important functions:

- a source of foreign exchange earnings for the country and a means to ensure employment;
- expands deposits and the balance of payments and GNP of the country;
- contributes to the diversification of the economy, creating industries that serve the tourism sector.

Tourism is one of the largest highly profitable and most dynamic sectors of the world economy. More than 250 million people are employed in the tourism sector, i.e. every tenth worker in the world. As M. Risi, a well-known analyst fixing global trends in tourism development, states: «According to the forecast of the World Tourism Organization (UNWTO), the growth of the tourism industry will be irreversible in the twenty-first century, and by 2025 the number of international tourist visits will be 2.0 billion units. As you know, this branch of the economy is the fundamental basis of many developed and developing countries of the world. According to the WTO, its contribution to the world economy (gross production of services) is estimated at 10.9% of the world's gross domestic product. Travel and tourism provide over 11% of international investment» [1, p. 3]. Kazakhstan is the ninth largest country in the world. Our country has a unique range of natural landscapes. It is distinguished by amazing diversity, inexhaustible opportunities for outdoor activities and tourism development. According to international experts in the field of

tourism, the state of development of the tourism industry in Kazakhstan in recent years is characterized by its progressive and sustainable development. And although now our country belongs to the 53rd place in the world in terms of attendance by foreign tourists, nevertheless, in the coming years, the country has the opportunity to reach a higher level in the world tourism ranking. It should be noted that our country has a unique opportunity to develop all types of tourism - cultural, educational, health, ecological, extreme, sports and others. We receive more than 4.5 million foreign citizens annually. We expect this number to increase from year to year. Nevertheless, the obvious problems in the field of domestic tourism should also be recognized. At present, the underdevelopment of the tourist infrastructure, the low quality of service, the stereotypical and rather stable idea of Kazakhstan as a high-risk country have led to the fact that our country accounts for less than 1% of the world tourist flow. It should also be recognized that the indicator of tourist mobility of the population of Kazakhstan is low. The vast majority of travel agencies prefer to send their compatriots abroad, and only a few firms work to attract tourists to Kazakhstan. And mostly tourists visit Almaty and Astana. As noted in the analytical report of the Agency for Tourism: «The refusal of tourism firms from entrepreneurship in the field of inbound tourism is due to the lack of necessary financial resources, appropriate infrastructure» [3]. For the development of tourism in Kazakhstan, it is necessary to develop tourism management, taking into account all its features. The tasks of tourism management are diverse: they consist in identifying general trends and patterns in the development of demand, and in determining its specific features. Each tourism enterprise operates in the environment of various stakeholders and customers. Tourism organizations work with a large number of stakeholders who have a significant impact on the organization. In addition, there are interests within individual interest groups. The specificity of tourism management is due to the peculiarity of the demand for a tourist product. The latest methods of determining demand and the tourism market divide vacationers into groups based on lifestyle, income, interests and more. Producers of tourist services are guided by well-defined types of tourists. They know their needs well, and the satisfaction of these needs brings them the greatest income. Tourism demand is strongly influenced by factors such as income, family structure, the age of its members, their education and profession. The most important factor influencing tourist demand is income, or purchasing power. Travel can only be the person who has the means to do so. In other words, only that tourist need becomes a tourist demand for which there is money.

Taking into account the state and development trends of the tourism industry in Kazakhstan, in order to improve the quality and efficiency of tourism management, it seems expedient to intensify activities in the following areas:

- to strengthen the practical significance of the applied actions of specialized scientific structures that would deal with issues of integrated forecasting of the development and territorial organization of tourism, conduct work on the assessment of tourist and recreational resources, develop scientific principles for organizing tourism, including its individual types, and managing them;

- create conditions for recreation and, as a result, economic recovery due to the profitability of tourist facilities. This will ensure a steady growth in employment and incomes of the population, stimulating the development of industries related to tourism;

- develop a system of state regulation and support of tourism activities by improving legislation on the development of inbound and domestic tourism, simplifying registration procedures;

- to establish interaction between various ministries in the field of domestic tourism development, since the solution of this problem requires an integrated approach from the point of view of science, culture, education, health care;

- improve the quality of transport and hotel services in accordance with the requirements established by the technical regulation system;

- in order to avoid causing more harm to the environment and the safety of vacationers and local residents, to raise the level of culture and responsibility of the population for causing damage to the environment;

- in order to widely promote and popularize tourism, widely cover information about travel companies on television, on the Internet, and in the media; create a single online magazine with complete information about the tourism services of each region. An active exchange of information will allow the exchange of recommendations between travel agents [4].

All these measures to improve the efficiency of tourism management will contribute to the further development of both domestic and outbound tourism, which will ultimately lead to a significant increase in the attractiveness of the national tourism product, saturated with a variety of basic and additional services, the integration of our country into the system of the world tourism market, and, ultimately, increasing the competitiveness of the Republic of Kazakhstan.

References list

1. Risi, M. Statistics of international tourism / M. Risi // UNWTO NEWS. – 2009. – № 1. – P. 3-9.
2. Kazakhstan intends to develop all types of tourism // Kazakhstan Today : [website]. URL: http://www.kt.kz/rus/state/kazakhstan_nameren_razvivatj_vse_vidi_turizma_prezident_rk_1153499145.htm (date of access: 03.04.2023).
3. Current state and problems of tourism development in the CIS countries and Kazakhstan // kazatur.narod.ru : [website]. – URL: <http://www.kazatur.narod.ru/mut/3.HTML> (date of access: 03.04.2023).
4. On tourism activities in the Republic of Kazakhstan : Law of the Republic of Kazakhstan (as amended and supplemented as of December 29, 2014). – URL: http://online.zakon.kz/Document/doc_id=1023618 (date of access: 03.04.2023).

УДК: 338.48

Перспективы внедрения туристского маркетплейса для продвижения турпродуктов на территории Республики Саха (Якутия)

Мохначевская Иулитта Ефимовна

*студент кафедры социально-культурного сервиса и туризма,
Северо-Восточный Федеральный университет, г. Якутск
m.iulitta@mail.ru*

*Научный руководитель - Чиряева Карина Степановна, старший преподаватель кафедры
СКСиТ ИЯКН СВ РФ, Северо-Восточный федеральный университет, г. Якутск*

Аннотация. В данной статье рассматриваются перспективы внедрения туристского маркетплейса как способ продвижения туристских продуктов Республики Саха (Якутия). Рассмотрены положения Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года в части, касающейся цифровизации туризма. Рекомендовано применение туристского маркетплейса как наиболее эффективной онлайн-платформы для продажи турпродуктов.

Ключевые слова: туристский маркетплейс, цифровизация, туризм, туристский продукт, Республика Саха (Якутия).

Prospects of introduction of tourist marketplace for promotion of tourist products in the territory of the Republic of Sakha (Yakutia)

Mokhnachevskaia Iulitta

*student of the Department of Socio-Cultural Service and Tourism,
North-Eastern Federal University, Yakutsk
m.iulitta@mail.ru*

Annotation. This article discusses the prospects for introducing a tourism marketplace as a way to promote tourism products in the Republic of Sakha (Yakutia). The provisions of the Strategy for the Development of Tourism in the Russian Federation until 2035 in terms of the digitalization of tourism are considered. The use of the tourist marketplace as the most effective online platform for the sale of tourist products is recommended.

Keywords: tourist marketplace, digitalization, tourism, tourist product, Republic of Sakha (Yakutia).

В последние годы цифровизация стала неотъемлемой частью развития туристического бизнеса. Это связано с тем, что с помощью цифровых технологий туристические компании могут значительно улучшить свою эффективность и качество услуг, а также предложить более удобные и инновационные способы общения с клиентами. Цифровизация является необходимым шагом для развития туристической индустрии и помогает ей оставаться конкурентоспособной в условиях быстро меняющегося мира.

На сегодняшний день утверждена «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», где одной из основных задач является цифровизация туристической индустрии [1]. Это означает, что туристические компании должны активно использовать современные технологии, чтобы улучшить качество своих услуг, повысить уровень сервиса и удобства для туристов, а также обеспечить более эффективное управление туристической деятельностью.

Создание онлайн-платформы для туристской системы может существенно улучшить условия для развития туризма. Это позволит объединить всех участников рынка туристических услуг на одной площадке и обеспечить удобство для туристов при выборе, планировании и бронировании путешествий. На базе платформы могут быть разработаны различные блоки, сервисы и мобильные приложения, в которых будут реализованы функции, направленные на развитие системы продвижения туристского продукта [2].

Разработка туристского маркетплейса в целях продвижения турпродуктов – это одно из наиболее перспективных направлений внедрения цифровых технологий в туризме. Туристский маркетплейс – это цифровая система, в которой турист может воспользоваться услугами бронирования, покупки туров, экскурсий, а также другими услугами туристической инфраструктуры. Данная система является мощным инструментом, который позволяет основным участникам рынка туристических услуг взаимодействовать друг с другом [4]. Также туристский маркетплейс позволяет туристическим компаниям собирать и анализировать данные о своих клиентах. Это помогает им понимать, что именно их клиенты ищут в путешествиях, какие места наиболее популярны, какие услуги наиболее востребованы и т.д. Эта информация может быть использована для улучшения сервиса и разработки новых продуктов. В настоящее время на территории Республики Саха (Якутия) не существует такой платформы, где представлены все туристские продукты региона.

Туристский маркетплейс позволяет потребителям сэкономить время на поиске и бронировании туров, а также получить доступ к более широкому выбору предложений от разных поставщиков. Он также может предоставлять дополнительные услуги, такие как страхование, трансферы и т.д.

Для поставщиков туристических услуг туристский маркетплейс представляет собой возможность получить больше клиентов и увеличить объем продаж. Они также могут использовать такую платформу для улучшения своей конкурентоспособности, оптимизации цен и улучшения качества своих услуг.

Внедрение туристского маркетплейса на территории Якутии позволит гостям и жителям нашей республики быстро и удобно подбирать, бронировать и покупать туры, экскурсии, а также легко сравнивать цены, условия путешествия и оценку услуг другими потребителями. Туристский маркетплейс является центральным местом, на котором собраны различные услуги. Это означает, что удаленным посетителям, являющимся целью, будет легче увидеть, что им нужно, чем искать это на различных сайтах.

С помощью виртуальной платформы все участники туристического рынка Республики Саха (Якутия) интегрируются на одной платформе. Это позволяет облегчить процесс создания и продвижения туристских предложений, увеличивая эффективность работы всех участников.

Туристский маркетплейс является эффективным инструментом для продвижения турпродуктов региона. Он позволяет поставщикам увеличить охват и улучшить результаты, а также быть более эффективными и конкурентоспособными. С точки зрения потребителя туристского продукта, турист получает всю информацию о культурных объектах и достопримечательностях Якутии и существующих продуктах на одной цифровой платформе, а также есть возможность приобрести в одном месте все необходимое, включая дополнительные услуги.

Таким образом, внедрение туристского маркетплейса для продвижения турпродуктов на территории Республики Саха (Якутия) может иметь положительный эффект на развитие туризма в регионе. Туристский маркетплейс может обеспечить более широкий доступ к туристским продуктам региона, что может помочь привлечь больше туристов. Это может привести к увеличению прибыльности туристической индустрии Якутии, что может стать стимулом для дальнейшего развития отрасли. Более прибыльная туристическая отрасль может создать новые рабочие места и способствовать развитию других смежных отраслей, таких как гостиничный бизнес, ресторанный бизнес и транспорт.

Туристский маркетплейс как средство продвижения турпродуктов региона может помочь сделать туризм высокодоходной и приоритетной отраслью экономики Республики Саха (Якутия) и привести к росту экономического потенциала региона.

Библиографический список

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/#1000> (дата обращения: 03.04.2023).

2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» // Правительство Российской Федерации : официальный сайт. – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/> (дата обращения: 03.04.2023).

3. Вишневская, Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристического рынка / Е. В. Вишневская // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2019. – Т. 5. – № 4. – С. 12–24. – doi: 10.18413/2408–9346-2019-5-4-0–2.

4. Полиенко, В. В. Маркетплейс как инновационная технология продвижения в туризме в условиях современных вызовов / В. В. Полиенко, А. В. Зюрина // Экономика и управление в индустрии сервиса, туризма и гостеприимства : материалы XIII Международной студенческой научной конференции. – URL: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024479> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК 338.485

Положительное влияние туристической деятельности на устойчивое развитие региона на примере Алтайского края

Пантюшина Дарья Денисовна

студент 2 курса Экономического факультета

*ФГБОУ ВО «Алтайский государственный аграрный университет», г. Барнаул
dararantusina00749@gmail.com*

Сундигов Кирилл Михайлович

студент 2 курса Экономического факультета

*ФГБОУ ВО «Алтайский государственный аграрный университет», г. Барнаул
sundikovkirill3@gmail.com*

*Научный руководитель – **Баринова Наталья Геннадьевна**, доцент кафедры гуманитарных дисциплин, к.п.н., ФГБОУ ВО «Алтайский государственный аграрный университет», г. Барнаул*

Аннотация. Туризм является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики и одним из наиболее эффективных средств развития региона. Туризм может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на устойчивое развитие региона.

В статье проведен анализ туристской деятельности в Алтайском крае, представлена характеристика основных показателей развития туристической сферы региона, выделены факторы, оказывающие положительное влияние на устойчивое развитие региона.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, туристическая деятельность, инвестиции, Алтайский край.

Positive impact of tourist activities on sustainable development of the region on the example of Altai territory

Pantyushina Darya

*second-year student of the Faculty of Economics,
Altai State Agrarian University, Barnaul
darapantusina00749@gmail.com*

Sundikov Kirill

*second-year student of the Faculty of Economics,
Altai State Agrarian University, Barnaul
sundikovkirill3@gmail.com*

Annotation. Tourism is one of the fastest growing sectors of the economy and one of the most effective means of developing the region. Tourism can have a positive and negative impact on the sustainable development of a region. The article analyzes tourism activities in the Altai territory, presents a description of the main indicators of the development of the tourism sector in the region, and identifies factors that have a positive impact on the sustainable development of the region.

Keywords: tourism, tourism development, tourism activities, investments, Altai territory.

Туризм является видом путешествий, которые люди совершают в свободное время в рекреационных, познавательных, религиозных, спортивных или деловых целях. Туризм - это форма активного отдыха и лучший способ уйти от суеты, увидеть новое и интересное, получить положительные эмоции. Туризм дает людям возможность узнать о других странах и региональных культурах, обогащает их дух, восстанавливает их физически и способствует личностному росту. Он также позволяет людям совмещать отдых с познанием нового.

Туризм оказывает экологическое и социокультурное воздействие, повышает уровень занятости населения и изменяет показатели развития экономики региона. Туристическая отрасль влияет на развитие сферы услуг, гостиничного бизнеса, транспорта, общественного питания, сельскохозяйственной деятельности. Спрос на комплекс товаров и услуг, формируемый туристскими потоками, требует их производства, поэтому туризм стимулирует развитие региональных отраслей, производящих товары народного потребления, пополняя налоговые поступления и повышая уровень жизни населения.

Государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития; определяет и поддерживает приоритетные направления туристской деятельности; формирует представление о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма; осуществляет поддержку и защиту российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений [6].

Благодаря этим мерам создается положительное впечатление о России, как о стране, с развивающимся туризмом, что способствует привлечению иностранных туристов.

Алтайский край – уникальный регион со своеобразным природным комплексом, где сочетаются горные массивы, леса, озера и реки. Регион имеет большой туристический потенциал и привлекает туристов со всего мира (рисунок 1).

	январь-март 2022	январь-июнь 2022	январь-сентябрь 2022
Республика Алтай	33 204	119 493	549 471
Республика Тыва	19 753	38 084	59 941
Республика Хакасия	54 393	107 188	259 425
Алтайский край	363 904	875 865	1 583 447
Красноярский край	332 333	1 010 488	1 611 863
Иркутская область	277 872	621 382	1 166 697
Кемеровская область - Кузбасс	320 109	569 229	844 560
Новосибирская область	279 317	848 600	1 916 294
Омская область	141 262	376 068	621 513
Томская область	64 569	196 130	442 405
Дальневосточный федеральный округ	852 798	2 127 880	4 116 101

Рисунок 1 – Оценка туристического потока

Алтайский край занял место в топ-8 (рисунок 2). Для составления рейтинга были выбраны несколько критериев: уровень развития туристической отрасли и гостиничной инфраструктуры; доходность отрасли туризма и гостеприимства; развитие санаторно-курортной отрасли; популярность у российских и иностранных туристов; количество объектов культурного наследия; уровень преступности; интерес как к месту отдыха в Интернете; продвижение туристического потенциала в информационном пространстве [3].

№ пп	Наименование субъекта РФ	Баллы
Золото («Лидеры»)		
1	Краснодарский край	121,7
2	Московская область	119,2
3	Город федерального значения Москва	118,9
4	Город федерального значения Санкт-Петербург	117,9
5	Республика Крым	112,7
6	Нижегородская область	106,8
7	Приморский край	105,4
8	Алтайский край	105,1

Рисунок 2 – Топ-8 регионов по итогам Национального туристического рейтинга 2022г.

По итогам 2022 года Алтайский край находится на восьмой строчке. В целом же 2022 год стал довольно успешным для туризма - об этом говорят и эксперты, и цифры статистики. Практически все показатели, рассматриваемые в рамках Национального туристического рейтинга, выше предыдущего года. В Алтайском крае турпоток прошлого года в регион на 8% выше показателей 2021 года и составил два миллиона человек. Услугами санаториев, гостиниц и баз отдыха края в 2022 году в крае воспользовалось на 70 тысяч человек больше, чем в 2021 году. Кроме того, в минувшем году было достаточно успешных проектов по продвижению туризма (рейтинг учитывает интерес к региону в интернете как к месту отдыха и продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве) [2].

Туристическая деятельность в Алтайском крае оказывает положительное влияние на развитие региона. Во-первых, туризм может являться дополнительным источником доходов для местных жителей. Различные виды рыболовства, охоты, сбора ягод и грибов стали популярным занятием для многих местных жителей. Также туризм может способствовать развитию малого и среднего бизнеса, включая продажу сувениров, материалов для рыболовства и охоты. Во-вторых, туристическая деятельность способствует росту экономики региона. В туристической отрасли работает множество людей, включая гидов, гостиничных работников, водителей [4]. Это позволяет создавать новые и сохранять существующие рабочие места. Немаловажным фактором выступает развитие инфраструктуры региона в целом: развитие транспортных связей внутри туристического региона, строительство объектов национального значения, создание особых экономических зон и т.д.. [1].

		2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Индекс физического объема валового регионального продукта, %		100,7	102,0	102,3	99,1	103,7
в том числе						
Раздел Н	Транспортировка и хранение	109,9	100,7	103,0	102,2	105,4
Раздел I	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	120,2	90,8	96,9	77,5	117,5
Раздел J	Деятельность в области информации и связи	105,1	103,7	111,2	97,7	90,8
Раздел K	Деятельность финансовая и страховая	93,8	106,9	115,2	111,9	99,0
Раздел L	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	101,3	103,6	104,0	99,2	95,7
Раздел M	Деятельность профессиональная, научная и техническая	83,0	95,6	123,1	113,1	85,0
Раздел N	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	95,4	96,0	108,3	103,6	104,6

Рисунок 3 – Индекс физического объема валового регионального продукта по Алтайскому краю с 2017 по 2021гг. [5]

Так, важным фактором расчёта индекса физического объема валового регионального продукта Алтайского края является деятельность гостиниц и предприятий общественного питания (раздел I, Рисунок 3), который с 2018 по 2021 г.г. увеличился с 90,8% до 117,5%, приблизившись к показателю 2017 г., что показывает положительную динамику экономической активности, разворачивающейся в регионе.

Современные мировые тенденции свидетельствуют о целесообразности развития в кризисных регионах рекреационно-туристской деятельности, особенно наименее затратных ее видов (экотуризма, агротуризма). Приоритетность развития туризма, как щадящего по отношению к природной среде вида деятельности особенно актуальна в регионах с ограниченными условиями природопользования, к числу которых относится и Алтайский край. Развитие туризма в регионе необходимо осуществлять, основываясь на принципах компромисса между охраной природного наследия и его рекреационным использованием. Поиск такого рода компромиссов во многом будет определять как развитие туризма, основанного на сохранении природных ценностей, так и эффективность политики устойчивого развития региона в ближайшем и отдаленном будущем.

Библиографический список

1. В Алтайском крае подвели итоги развития туротрасли в 2020 году // Алтайский край : официальный сайт. – URL: https://www.altairregion22.ru/region_news/v-altaiskom-krae-podveli-itogi-razvitiya-turotrasli-v-2020-godu_910264.html (дата обращения: 02.04.2023).
2. В Алтайском крае с развитием сферы туризма будут востребованы специалисты начального и среднего звена: аниматоры, экскурсоводы, инструктора-проводники и другие // Алтайский край : официальный сайт. – URL: <https://www.altairregion22.ru/?ysclid=lg2d2e684o786253430> (дата обращения: 02.04.2023).
3. Выбирая лучшее // Журнал «Отдых в России» : [сайт]. – URL: <https://rustur.ru/vybiraya-luchshee> (дата обращения: 02.04.2023).
4. Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае» : постановление от 29 декабря 2014 года № 589. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561715217> (дата обращения 01.04.2023).
5. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 02.04.2023).
6. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон № 132-ФЗ : [принят Государственной Думой 4 октября 1996 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 02.04.2023).

Монументальное искусство Караганды как объект туристского интереса**Проценко Максим Иванович***студент 2 курса специальности «Туризм» Карагандинского университета**Казпотребсоюза, г. Караганда, Казахстан**syllen2406@gmail.com**Научный руководитель - Бедельбаева Марина Васильевна, к.и.н., зав. музеем археологии и этнографии Сарыаркинского археологического института, г. Караганды, Казахстан*

Аннотация. В статье проанализирован контент для проведения тематических экскурсий в городской среде, которые продолжают развиваться в рамках устойчивого развития туризма. Публичное монументальное искусство, характерное для стран бывшего СССР, использовалось как элемент архитектуры и включало мозаики, рельефы, витражи, пропагандирующие труд рабочих, достижения космонавтики, единство народов и другие идеалы социализма. Как показывает мониторинг современных экскурсионных туров, объекты монументализма вызывают интерес у туристов и у местного населения. В экскурсионную практику Караганды внедрена такая тематическая экскурсия в качестве пешеходной городской и впервые осуществлено размещение этого контента на платформе izi.TRAVEL.

Ключевые слова: экскурсия, монументальное искусство, мозаика, рельеф, мурал, аудиогид, методы показа и рассказа, устойчивый туризм.

Monumental art of Karaganda as an object of tourist interest**Protsenko Maksim***second-year student of the specialty «Tourism», Karaganda University of Kazpotrebsoyuz,**Karaganda, Kazakhstan**syllen2406@gmail.com*

Annotation. The article analyzes the content for thematic excursions in the urban environment, which continue to develop as part of the sustainable development of tourism. Public monumental art, characteristic of the countries of the former USSR, was used as an element of architecture and included mosaics, reliefs, stained glass windows promoting the labor of workers, the achievements of astronautics, the unity of peoples and other ideals of socialism. As the monitoring of modern excursion tours shows, objects of monumentalism are of interest to tourists and the local population. The thematic excursion as a pedestrian city tour has been introduced into the excursion practice of Karaganda, and for the first time such content has been placed on the izi.TRAVEL platform.

Keywords: excursion, monumental art, mosaic, relief, mural, audioguide, methods of showing and telling, sustainable tourism.

Современная туристская индустрия предлагает потребителю огромное количество самых разнообразных экскурсионных направлений, отражающих весь широкий спектр их классификации. Значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, что является отличительной чертой экскурсионной практики. Это позволяет увеличить её роль в региональной экономике [1, с. 27]. По этой причине городские обзорные и тематические экскурсии занимают все большую нишу в деятельности туристских предприятий и отдельных экскурсоводов.

Цель статьи состоит в том, чтобы проанализировать внедрение новой тематической экскурсии в городе Караганда, где наблюдается ежегодное увеличение количества проводимых экскурсий. Во внимание принимается аналогичный опыт в другом регионе Казахстана. Задача – изучение потенциала новых экскурсионных объектов с привлечением

форматов инновационности и инструментов интернета. Научная новизна заключается в разработке и презентации нового экскурсионного маршрута, сопровождаемого онлайн справочной информацией и поддерживаемого принципиально отличающимися маркетинговыми идеями.

Устойчивый туризм – одно из главных целевых направлений развития туризма в Казахстане в последние годы, к которому государство проявляет глубокий интерес. Это такой вид рекреационной деятельности и управления туристскими проектами, при котором всё, имеющее определённую ценность, остаётся после нас. Устойчивый туризм должен отвечать потребностям как туристов, так и местного населения, получающего экономическую выгоду. Не менее важным является поиск и продвижение новых малоизвестных для туристов продуктов, вместо того, чтобы концентрироваться на популярных брендовых объектах [2, с. 5-6].

Под определение устойчивого туризма подходят появившиеся в Караганде экскурсии-прогулки по городу, в частности, включающие объекты монументального искусства. Пешеходный тип экскурсий отвечает требованиям устойчивого туризма в вопросах экологичности. Отказ от использования транспорта при проведении подобных экскурсий становится возможным ввиду того, что объекты находятся на малой отдалённости друг от друга. Благодаря этому появляется возможность составления сразу нескольких маршрутов, которые бы соответствовали требованиям экскурсионной теории по длительности переходов между остановками.

Монументальное искусство – вид изобразительного и неизобразительного искусства, включающий произведения большого формата. Они характеризуются композиционным единением с архитектурной или естественной природной средой, взаимодействуя с которой они сами приобретают идейно-образную завершенность и сообщают таковую же окружению. Произведения монументального искусства создаются мастерами разных творческих профессий и в разных техниках. К монументальному искусству относятся памятники и мемориальные скульптурные композиции, живописные и мозаичные панно, декоративное убранство зданий, витражи, а также произведения, выполненные в иных техниках [3, с. 21].

В Караганде, как и многих других городах бывшего СССР, расположено множество объектов монументального искусства. История карагандинского монументализма начинается в 1960-ых годах, когда здания молодого города украсили первые мозаики и рельефы российских художников Клавдии Тутеволь и Виктора Крылова, чьи имена с тех пор прочно связаны с шахтёрским городом. Трудно установить точные даты появления самых первых мозаик и рельефов, ведь в разных источниках данные разнятся вплоть до нескольких лет. Так, например, мозаики «Геология» и «Хозяева земли» за авторством К. Тутеволь по разным данным появились в 1965, 1966-1967 или 1969 годах. Мозаика В. Крылова «Космонавт», по одним данным, появилась в 1966 году, по другим – само здание было построено лишь в 1967 году. Однако мозаики К. Тутеволь всегда упоминаются как одни из первых. Это определённым образом помогает установить примерную хронологию их появления при составлении экскурсии и включении в неё определённых объектов. Одними из последних мозаик в городе стали полуабстрактные изображения казахстанского художника Мурата Калкабаева, появившиеся в 1989 году.

К сожалению, объекты монументального искусства не охраняются государством. Теоретически все они в любой момент могут быть уничтожены собственниками зданий. Нижняя часть легендарной мозаики «Космонавт» была уничтожена в ходе пристройки здания, а в верхней части уже начала осыпаться смальта – материал, из которого выложена мозаика по византийской технологии. Другая мозаика В. Крылова под названием «Люди труда», которая была частью изначального триптиха, уничтожена полностью в результате застройки. В вопросе государственной защиты публичного монументального искусства исключением для Караганды пока является лишь бронзовый рельеф, часть мемориального ансамбля боевой славы «Вечный огонь». И то лишь потому, что под охраной находится весь ансамбль целиком.

Несмотря на то, что защитить существующие объекты пока не представляется возможным, в городе появляются новые произведения монументализма. Идея привнести в город муралы появилась ещё в 2017 году. В 2020 году при поддержке местных органов самоуправления был учреждён Центр урбанистики, по инициативе которого несколько зданий Караганды украсили первые монументальные рисунки. Один из первых авторов муралов – художник Чингиз Касимов. За менее чем три года в городе их появилось уже более десяти, а также большое количество стрит-артов.

В 2019 году Карагандинский музей изобразительного искусства реализовал издание альбома «Монументальная живопись Караганды: от мозаики до стрит-арта», повествующего об основных этапах развития монументального искусства Караганды с 60-х годов 20 века до современности. В книге на трёх языках (казахский, русский, английский) рассказывается о мозаичных панно, интерьерах общественных зданий, скульптурных рельефах и современных граффити, расположенных в нашем городе [4]. К настоящему времени монументальное искусство Караганды можно чётко разделить на «старое» – выполненное во второй половине XX века – и новое – грандиозное и демократичное – созданное современными авторами и презентующее собирательные образы и конкретных личностей.

Удивителен тот факт, что значительную часть информационных исследований в отношении монументального искусства сначала Алматы, а потом и Караганды провёл уроженец Калифорнии (США) Деннис Кин. В Алматы он живёт с 25 лет и в настоящее время работает над двумя проектами – *Walking Almaty*, в рамках которого он показывает иностранцам южную столицу с непривычного даже для коренных жителей ракурса, и *Monumental Almaty* – своего рода экскурсия-альманах по объектам советского монументального искусства, которая пользуется у зарубежных гостей необычайным спросом. Феномен публичного монументального искусства он выделяет как яркую особенность, которой нет нигде кроме стран бывшего СССР. Уникальное монументальное наследие очень интересует иностранцев, видимо не сталкивавшихся с подобным ранее.

Караганду Д. Кин называет музеем под открытым небом, который полон десятками произведений искусства высокого качества, но которые не имеют «таблички с указанием автора и года его создания», а немалая часть картин наполовину разрушена или потеряла цвет. Он также отмечает, что в советское время Караганда была на втором месте после Алматы по количеству произведений монументального искусства. Именно Центром урбанистики Д. Кин был приглашён в качестве помощника по исследованию. В настоящее время ведётся совместная работа по составлению онлайн-карты, на которой метками наносится расположение объектов монументализма с краткой справочной информацией [5].

В 2020 году карагандинская художница Ю. Ляндаева инициировала движение в социальных сетях «#поканеисчезло_вкараганде» – хештег, под которым люди могут делиться своими фотографиями архитектурных шедевров, в том числе монументальных [6]. В рамках этого движения она начала проводить пешеходные экскурсии по авторским тематическим маршрутам. Это прогулки по историческим районам и улицам Караганды, в том числе экскурсия «Монументальная Караганда», посвященная мозаикам и рельефам, расположенным в центре города. За сезон 2022 года было проведено более пятидесяти пешеходных экскурсий с общим количеством участников около тысячи, что свидетельствует о высоком спросе на данный вид услуг.

В 2022 году автором статьи был составлен пакет документов на тематическую искусствоведческую экскурсию «Карагандинский монументализм – искусство или пропаганда?». Маршрут построен в соответствии с методикой экскурсионной практики и включает посещение 12 объектов. Протяжённость всего маршрута около 4 километров, продолжительность экскурсии – 2,5 часа. Время, проводимое на остановках, оптимизированно таким образом, чтобы минимизировать общее время экскурсии, не сокращая при этом количество посещаемых объектов и объём рассказываемой информации. Для каждого объекта подобран подходящий набор методов показа и рассказа, в соответствии

с экскурсионной теорией. В их числе следующие методические указания: приёмы панорамного показа, интеграции, дедукции и индукции, зрительной реконструкции, абстрагирования, персонификации, дискуссионной ситуации, комментирования, характеристики, а также особые методические приёмы [7, с. 102-104]. Разработана технологическая карта, которая прошла рецензирование у методистов, подобраны архивные фото и видеоматериалы для «портфеля экскурсовода», сформированы паспорта экскурсионных объектов, написан контрольный текст экскурсии, проведена апробация маршрута. В процессе подготовки контента в качестве консультантов были привлечены практикующие экскурсоводы – Д. Кин и Ю. Ляндаева, художник Ч. Касимов, искусствовед Л. Карчевская, историки и архитекторы, которые делились ценной информацией и советами.

Далее на платформе *izi.TRAVEL* был записан аудиогид для этой экскурсии. Первая его версия была размещена в сети в декабре 2022 г. и помимо отзывов в интернете получила высокую оценку в ходе участия в конкурсе инновационных проектов «Demo Day», проводимом в Карагандинском университете Казпотребсоюза, где автор был награждён дипломом I степени [8].

Сейчас аудиогид пополняется новой информацией и развивается как самостоятельный проект. Контент виртуальной экскурсии включает рассказы о двенадцати объектах и их фотографии, среди которых мозаики и рельефы, муралы и стрит-арт. Это девять аудио файлов с хронометражем около минуты каждый. Позднее шесть из девяти аудио были перезаписаны с увеличением времени. Текст был переведен на английский язык и эта версия также размещена в интернете. Ближайшая цель – создание аудиогида на казахском языке. На платформе *izi.TRAVEL* страница аудиогида по состоянию на 26.03.2023 набрала 614 просмотров [9]. На графике, отражающем количество просмотров, можно наблюдать определённую стабильность посещений. Пики приходятся на дни появления аудиогида и его продвижения через новостные порталы, однако подобная реклама в средствах массовой информации даже в сумме не даёт и половину от общего числа просмотров. Каждую неделю страницу аудиогида посещают в среднем от 10 и более человек и, учитывая тот факт, что попасть на неё случайно практически невозможно, можно заявлять об активной заинтересованности потенциальных экскурсантов. Примечателен географический фактор: на карагандинцев приходится менее 50% всех просмотров, а, например, из города Москвы аудиогид посмотрели и прослушали 106 человек, что составляет 16,3%.

С 2020 г. начинается активное привлечение внимания общественности к проблеме сохранения и популяризации публичного монументального искусства Караганды и с тех пор интерес к теме только повышается. Усилиями искусствоведов, художников, экскурсоводов создаётся совершенно новое для Карагандинской области направление в региональном туризме при уже имеющейся базе аттрактивных объектов. Статистический анализ просмотров аудиогида показывает, что среди местного населения и представителей других стран присутствует определённая активная заинтересованность в знакомстве с нашим городом и монументальным искусством Караганды. Учитывая опыт Д. Кина в Алматинском регионе можно с большой уверенностью сказать, что подобная тематическая экскурсия будет востребована и в Караганде.

Библиографический список

1. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин – Москва : Академия, 2010.– 192 с.
2. Шимова, О. С. Основы устойчивого туризма / О. С. Шимова. – Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2016. – 190 с.
3. Рассел, Дж. Монументальное искусство / Дж. Рассел. – Москва : VSD, 2012. – 316 с.
4. Монументальная живопись Караганды: от мозаики до стрит-арта : книга-альбом / ред.-сост. Н. И. Иванина, А. Г. Гехт ; консультант В. А. Арент ; фотогр. Т. Кудеринов. – Караганда, 2019. – 77 с.

5. Караганда – музей под открытым небом // eKaraganda : [сайт]. – URL: http://ekaraganda.kz/?mod=news_read&id=100844 (дата обращения: 07.03.2023).
6. Движение #поканеисчезло_вкαραганде – второй шанс для шедевров советской архитектуры // eKaraganda : [сайт]. – URL: http://ekaraganda.kz/?mod=news_read&id=100890 (дата обращения: 08.03.2023).
7. Лютерович, О. Г. Экскурсионная деятельность в Республике Казахстан / О. Г. Лютерович, Г. Ф. Ягофаров. – Алматы, 2013. – 235 с.
8. Карагандинец создал аудио-гид о городских мозаиках и монументах // eKaraganda : [сайт]. – URL: http://ekaraganda.kz/?mod=news_read&id=123186 (дата обращения: 08.03.2023).
9. Карагандинский монументализм - искусство или пропаганда? : аудиогид экскурсии // izi.travel : [сайт]. – URL: <https://izi.travel/browse/87b27a1a-4b7b-4767-9ab9-ad9cc6094ef4/ru> (дата обращения 16.03.2023).

УДК: 338.48

Карельская культура как ресурс для развития этнотуризма в Тверской области

Румянцева Екатерина Алексеевна

студент кафедры социально-культурного сервиса,

Тверской государственной университет, г. Тверь

rumyantseva2016@mail.ru

*Научный руководитель - Ермишкина Ольга Константиновна, к.и.н., зав.кафедрой
Социально-культурного сервиса, Тверской государственной университет, г. Тверь*

Аннотация. Этнографический туризм Тверской области связан с многочисленным населением карел, чья культура ассимилировалась по прошествии более четырех веков в регионе. На сегодняшний день существуют объекты и мероприятия, связанные данной тематикой, но карельская культура и исторические события не полностью отображены в социально-культурной и туристической сфере области. Данная статья направлена на изучение культуры тверских карел, как на потенциальные ресурсы развития этнографического туризма.

Ключевые слова: этнотуризм, этнографический туризм, тверские карелы, культура, Тверская Карелия, Тверская область.

Karelian culture as a resource for developing ethno-tourism in the Tver region

Rumyantseva Ekaterina

Student of Social and Cultural Service Department, Tver State University, Tver

rumyantseva2016@mail.ru

Annotation. Ethnographic tourism in the Tver region is connected with the numerous Karelian population, whose culture has been assimilated after more than four centuries in the region. To date, there are sites and activities related to this topic, but Karelian culture and historical events are not fully reflected in the socio-cultural and tourism sphere of the region. This article aims to study the types of Tver Karelian culture as potential resources for the development of ethnographic tourism.

Key words: ethnotourism, ethnographic tourism, Tver Karelians, culture, Tver Karelia, Tver Oblast.

Тема культурного наследия является одним из актуальных направлений изучения в современности – часто люди «обращаются» к своим корням и предкам, для того, чтобы узнать историю семьи, рода, а также для изучения своей национальной принадлежности и ее культурных особенностей. На фоне данной тенденции возникает явление этнотуризма – организованных туров с целью посещения мест культурно-исторического значения определенных этносов и национальностей.

Этнотуризм в первую очередь возникает в местах плотного расселения этнических групп – на территории Российской Федерации их существует большое количество. Примерами могут служить Чувашия, Татарстан, Башкортостан, Удмуртия, Бурятия и т.п. В данных регионах ярко выражен этнографический туризм – не только наличие культурно-исторических объектов, но и объединение их в «национальные» маршруты, целью которых является ознакомление с культурными ценностями и традициями народов.

Помимо этого, можно говорить о возникновении этнотуризма в российских регионах с многонациональным многочисленным населением: области Поволжья, Центральной и Южной России. Тверская область входит в число областей с большим потенциалом развития этнографического туризма. О данном явлении может говорить, в первую очередь, существование понятия «Тверская Карелия».

Важно сказать, что Тверской регион является центром расселения русских, карел, татар, армян, белорусов, чеченцев, украинцев, таджиков и др. Но именно карелы имеют долгую историю развития с сохранением самобытности на территории края; их появление связано с миграцией, проходившей более 400 лет назад. С того момента культурная среда региона претерпела множество изменений, непосредственно связанных с миграцией «нового» народа – быт, язык, кулинария, досуг, костюм и др. Карелы отличились мирным сосуществованием с соседями, а также явились примером положительных коммуникаций и взаимодействий с другими этносами, отсутствием конфликтов на национальной почве.

Проблема этнографического туризма в Тверском регионе недостаточно изучена. Тверская Карелия обозначается в нескольких существующих работах исследователей как туристическая дестинация, бренд, именно в перспективном значении; об этом писали в своих статьях Мурадян Анна, Горелова Светлана. [5,6], Антонова А.И. [1] Более того, существуют оценки потенциала различных вариаций карельских этномаршрутов, таких как «Карельская дорога» и «Карельская тропа», обозначенных Государственная программа Тверской области «Развитие туристской индустрии в Тверской области» на 2018 - 2023 годы [3], а также в работах Фомина Александра, Дорофеева Александра и Филимонова Олега. [7,4] Из данных статей и исследований, представленной статистики, можно сделать вывод, что тематика тверских карел в ракурсе этнотуризма актуальна – существует множество объектов показа, тем для экскурсионного раскрытия, организации событийного туризма. Более того, из исследования Антоновой А.И. можно узнать, что туристы ассоциируют Тверскую область именно с тверскими карелами. [1, с.11]. В основе работы Головкина Анатолия «История Тверской Карелии» [2] лежит изучение истории, быта, культуры и судьбы карел с момента переселения на Тверские земли.

Целью данной статьи является поиск возможных тематических направлений для развития этнотуризма Тверской области на основе анализа комплекса источников по истории и культуре тверских карел.

«Тверская Карелия» - объединение районов области с относительно плотным расселением карел: Лихославльского, Спировского, Рамешковского и Максатихинского районов; центром которой является город Лихославль. Данный маршрут подготовлен Министерством туризма Тверской области и объединяет в себе множество объектов показа, демонстрирующих национальную культуру карел: краеведческие музеи в районных городах, в особенности Карельский национальный краеведческий музей в г. Лихославль, где можно узнать о культуре и быте карел; Карельский дом в д. Чашково и д. Лухново, знакомящие посетителей с семейными карельскими традициями; Карельское подворье в с. Толмачи, где можно попробовать национальные карельские блюда; памятник «Карельский рунопевец», «играющий» на кантеле; Библиотека им. М.М. Орлова с литературой на карельском языке. Помимо этого, на маршруте присутствуют и другие объекты показа: промышленного, культурного и историко-архитектурного значения. Важными на маршруте являются объекты агротуризма, такие как: экоферма «Нестеровых», «Раздолье Любятино», «Егорово поместье», позволяющие соприкоснуться не только с этнографической составляющей, но и с хозяйственной.

Муниципалитетами Тверской области организовано большое количество событийных мероприятий карельской направленности: Фестиваль карельской культуры «OMA RANDA» в с. Козлово, Карельский этнофорум «KODIMAILLA» в Лихославльском м.о., Карельский праздник урожая «День Кегри» в д. Стан, «Козловский капустник OMA RANDA» в с. Козлово, Фестиваль карельского пирога «Калитка» в с. Толмачи. Данные мероприятия являются популярными не только у жителей области, но и гостей из г. Москва, Санкт-Петербург, а также из других регионов, республик и государств, например, Финляндии. Многочисленными ежегодными мероприятиями являются Карельский праздник пирога «Калитка» и Фестиваль карельской культуры «OMA RANDA». Данные событийные мероприятия отличаются самобытностью и уникальностью, которая транслируется через тверскую карельскую культуру в виде мастер-классов по изготовлению пирога, игре в национальную игру кюкке, игре на национальном музыкальном инструменте кантеле и др.

Наличие маршрутов, объектов показа, событийных мероприятий, а также увеличивающийся с каждым годом туристический поток области (2,6 млн. за 2022 год) говорит об актуальности этнографического туризма; но важно учитывать, что тематика тверских карел на данный момент не исчерпала себя, т.к. не в полном объеме находит отражение в темах экскурсионного и туристического обслуживания.

В жизни тверских карел происходило немало интересных исторических событий, которые до сегодняшнего момента еще не нашли своего отражения в этнографическом туризме региона. Уникальной составляющей является карельская письменность и тверской диалект. Именно на тверской земле возникает карельская письменность, издается первая азбука. Первыми произведениями тверских карел стали «Евангелие от Матфея» и «Евангелие от Марка»; позже возникают буквари на кириллице и латинице. В основе письменности лежит Толмачевский говор – диалект, распространенный в Лихославльском, Спировском, Рамешковском, Максатихинском и Бежецком районе. Существуют и другие разновидности диалекта – весьегонский и дёржанский. Об этом можно узнать на экскурсиях объектов маршрута, возможно услышать сам говор и на событийных мероприятиях; но в данный момент не существует отдельных мероприятий, посвященных этой теме, т.к. данные факты освещаются во время экскурсии кратко или отсутствуют. [2, с. 73-75]

Карельский эпос имеет важное значение в карельской культуре – «Калевала», 50 рун, в основе которых народные карельские эпические песни. Данное направление получило свое развитие в декоративно-прикладном искусстве – миниатюрные фигурки по эпосу, созданные Сухановым Николаем Андреевичем, хранящимися в Карельском национальном краеведческом музее. Многолетняя постоянная экспозиция музея не освещает данную тему в ходе рассказа экскурсантам; но, с будущим расширением музея, его площади в 2023-2024 гг., данная тема могла бы найти свое место.

Карелы активно занимались творчеством. Напевы карельских причитаний являются еще одной интересной страницей истории самобытности тверских карел. Причитание – традиционный музыкальный поэтический жанр творчества карел, благодаря которому мифы соединяются с реальностью, в описании иносказательных ситуаций с высокой моралью. Поэтизм привлекает исследователей звуковой палитрой. Главной плакальщицей среди тверских карел считается Шутяева Анна Андреевна из с. Козлово. Важно понимать, что плакальщица исполняет плач не только по случаю трагического события, но и в особых жизненных обстоятельствах – минуты грусти, после долгого расставания и разлуки, проводы в ряды военнослужащих. 28 августа 1977 года Анна исполнила на карельском языке плач, посвященный памяти ее матери. Плач был записан финскими учеными на магнитофон, впоследствии расшифрован на 20 языков мира. Благодаря таланту, многочисленному исполнению плачей, а также трудам исследователей, об Анне Шутяевой знают в научном мире далеко за пределами Тверской области и России. Но, до сих пор должного освещения темы в музеях и на мероприятиях не было. [2, с. 43-44]

Этнотуризму необходимы атрибуты и обычаи, такие как национальные традиции. Как уже было упомянуто выше, в регионе отмечается «День Кегри», представляемый собой праздник урожая; хотя известно, что изначально «Kegrin päiv» - это «пугало-день», а «kegri» - мифическое существо, напоминающее Бабу-Ягу, в совокупности с языческими верованиями. Именно данный персонаж наказывал болезнями человека, непочтительно оскорбившего воду, лес, грозу, ветер и другие природные явления; процесс прощения обычно происходил у воды «кормлением» хлебом, поклоном и словами прощения. Что касается «пугало-дня», отмечался он в первую субботу после осенней Дмитровской субботы; в этот день варилось толокно, поминались усопшие. После этого молодежь наряжалась в страшилищ и пугала малолетних детей – надевались ветхие шубы, овчины, фуфайки, на голову надевали решето, подойники и корзины, а в руки брали кочерги, вилы, ухваты и дубины, за плечи цепляли корзины «для детей». Целью было испугать детей видом, а затем взять с них обещание в послушании родителям, в хорошем поведении и помощи по дому. Ряженных угощали хлебом, пирогами и блинами. Последнее официальное упоминание о проведении осталось 2 ноября 1930 года, но существуют свидетельства о ряженных в 1954-1955 гг. Соответственно, данный праздник неверно интерпретирован, полностью потерял свое значение, хотя изначально пользовался большой популярностью, которую мог бы найти и сейчас. [2, с. 41-42]

Гастрономия тверских карел разнообразна, но свою должную популярность получили только калитки; хотя о кулинарии карел известно достаточно. Наравне с калитками существуют мучники (пироги из хлебного теста с жидким тестом внутри), рыбники (пироги из крупной рыбы) и колобы (лепешки из кислого теста со слоем картофельного пюре, толокна или пшенной каши). Значительное место в питании тверских карел занимало молоко и молочные продукты, притом только коровье; грибы и ягоды постоянно употреблялись в пищу, причем грибы считались вторым хлебом до появления картофеля. В пищу активно употребляли кисели – гороховый и овсяный; постоянно ели лук. Были популярны и алкогольные напитки, особенно пиво, изготавливающееся из ячменя, ржи и овса. «Этикет», напрямую связанный с кулинарной тематикой, повсеместно чтился – карелка не могла позволить себе брать приборы или еду грязными руками; после кушанья с остатками еды нельзя обходиться неуважительно, точно так же, как и с хлебными крошками. Соответственно, фестиваль карельского пирога «Калитка» может не ограничиваться одним блюдом, расширяя ассортимент брендированной кухни карел. [2, с.37-38]

Костюму карелы уделяли большое значение, точно так же, как и другие этносы; женщины занимались ткачеством и вышивкой, уделяя огромное значение орнаменту – он «наносился» на одежду, полотенца, скатерти, простыни и занавески. Помимо этого, ткань украшалась узорами, набойками и кружевом. Женский комплект одежды состоял из головного убора, рубахи, сарафана, пояса и обуви; каждый элемент создавался по определенным канонам: цвет, материал, а также возраст и статус девушки. Мужской комплект одежды: рубаха (пайда), пояс, штаны и обувь. До октябрьской революции карельский костюм имел свои отличительные черты и сохранял самобытность, но после событий 1917 года одежда тверских карел перестала иметь сильные отличия от одежды остального населения. [2, с. 36-37]

Данная тема имеет потенциал для раскрытия, соответственно имеет возможность привлечения новых туристов к этномаршрутам. Достаточно количество имеющихся материалов, а именно: коллекция М.В. Михайловской 1913-1917 гг. (фольклор, образцы одежды), восстановленные образы костюма Г.С. Масловой в 1930-е гг., образец национального карельского костюма и материалы Карельского национального краеведческого музея позволят сделать выставку о национальном костюме карел; а также мероприятие позволит посмотреть на одежду через призму современности – интерпретация карельских традиций в сегодняшней обыденности. Мероприятие будет представлять собой выставку кукол-миниатюр и самих мини-изделий (платья, костюмы, сумки, аксессуары), имеющих символику национального костюма карел: узоры, набойки, орнамент и кружево.

Данный проект планируется к организации в феврале 2024 года на базе Тверской областной универсальной научной библиотеки им. М. Горького совместно с Карельским национальным краеведческим музеем, в рамках проекта выпускной квалификационной работы студентки Тверского государственного университета кафедры социально-культурного сервиса. Актуальность мероприятия заключается в тенденции изучения этнографии, культурных меньшинств, истории, возрастающей роли внутреннего туризма; соответственно, данное мероприятие является шагом на пути к привлечению внимания туристов к этнографическому туризму, к посещению объектов маршрута, посредством рекламы музея г. Лихославль. Данная тема – возможная историко-культурная страница рассказа экскурсовода и гида на маршруте.

Подводя итог вышесказанному, можно прийти к выводу о том, что этнографический туризм Тверской области имеет множество потенциальных путей развития, расширения тематики событий и мероприятий, которые могут быть взяты из наработок историков и этнографов, собиравших материалы о жизни тверских карел. Карельская культура является прямым источником-ресурсом для активного развития этнотуризма в регионе.

Библиографический список

1. Антонова, А. И. Подходы к разработке узнаваемого бренда Тверской области / А. И. Антонова // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве : сборник статей науч. докладов по итогам Всероссийской студ. науч. конф. – Москва, 2020. – С. 8–13.
2. Головкин, А. Н. История Тверской Карелии / А. Н. Головкин. – Тверь, 2008. 432 с.
3. О Государственной программе Тверской области «Развитие туристской индустрии в Тверской области» на 2018 – 2025 годы : постановление Правительства Тверской области от 29.12.2017 № 465-пп. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/446630797> (дата обращения: 10.02.2023).
4. Дорофеев, А. А. Оценка потенциала туристско-рекреационных зон Тверской области / А. А. Дорофеев, О. В. Филимонов // Вестник Тверского государственного университета. – Тверь, 2016. – № 2. – С.208–217.
5. Мурадян, А. А. Туристская дестинация как концепт устойчивого развития региона на примере Тверской Карелии / А. А. Мурадян, С. И. Горелова // Влияние туризма на развитие территорий: корректировка целей и ценностей : материалы международной научно-практической конференции. – Москва : Московский гуманитарный университет, 2018. – С. 141–150.
6. Мурадян, А. А. Туризм как основа возрождения этнокультурного наследия малых народов России на примере Тверской Карелии / А. А. Мурадян, С. И. Горелова // Наука – сервису. – 2018. – С. 241–259.
7. Фомин, А. А. Ресурсный потенциал туристского маршрута «Карельская дорога» / А. А. Фомин // Современные тенденции развития мировой, национальной и региональной индустрии гостеприимства : сборник статей участников XI Международной научно-практической конференции. – Тверь, 2022. – С. 127–137.

УДК: 711.435

Туристский потенциал г. Торопец (Тверская область)

Сидорова Ангелина Алексеевна

студент 3 курса кафедры «Социально-культурный сервис»

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», Россия, г. Тверь

angel_tver69@mail.ru

Научный руководитель - Ермишкина Ольга Константиновна, к.и.н., заведующая каф.

Социально-культурного сервиса Тверского государственного университета, г. Тверь

Аннотация. В России активно развивается внутренний туризм. В статье анализируется туристский потенциал г. Торопца, рассматривается современное состояние города, наличие

достопримечательностей, туристской инфраструктуры, которая включает в себя средства размещения и заведения питания, кроме того, в статье рассматриваются планы развития города и сделаны выводы по основным критериям.

Ключевые слова: Торопец, Тверская область, турист, туристский потенциал, туристская инфраструктура, город.

Tourist potential of Toropets (Tver region)

Sidorova Angelina

3rd year student of the Department of «Social and Cultural Service»

Tver State University, Tver, Russia

angel_tver69@mail.ru

Annotation. Domestic tourism is actively developing in Russia. The article analyzes the tourist potential of Toropets, examines the current state of the city, the availability of attractions, tourist infrastructure, which includes accommodation facilities and catering facilities, in addition, the article discusses the city's development plans and draws conclusions on the main criteria.

Keywords: Toropets, Tver region, tourist, tourist potential, tourist infrastructure, city.

Туризм – это одна из наиболее быстроразвивающихся отраслей в экономике многих стран мира. За последние годы в России возрос спрос на внутренний туризм. Россияне начали открывать для себя малые города и провинции, знакомиться с самобытностью регионов, с культурным и историческим наследием своей страны. А регионы в ответ на это должны предлагать различные туристические маршруты и развитие инфраструктуры. Но относится ли данное высказывание к Торопцу в Тверской области?

В 2024 году Торопец будет отмечать 950-летие со дня первого письменного упоминания. К уникальному событию Президент России Владимир Путин 24 января 2022 года подписал распоряжение о подготовке и проведении празднования. Разрабатывается целая праздничная программа к данному юбилею. Город планируют облагородить, сделать более комфортным для туристов, вскоре в Торопце должны появиться новые арт-объекты. Это должно повлиять на посещаемость района и улучшить экономику города.

Торопец – это самый западный город Тверской области и самый удаленный город от Твери. В Тверской области два города, которые носят статус «древнейший», один из них – Торопец. Возраст древнего Торопца отсчитывается с его первого упоминания в 1074 г. Город имеет богатую историю, которая находит свое отражение в его культурном и архитектурном наследии. Несмотря на то, что Торопец является небольшим городом, он имеет большой туристический потенциал благодаря своей уникальности и красоте, которая сохранилась в первозданном виде. Что делает город привлекательным для туристов, которые хотят узнать больше о русской культуре и истории.

В природно-заповедном фонде Торопецкого района 58 особо охраняемых природных территорий и 37 памятников природы, в том числе 9 парков, 2 геологических объекта, 3 места обитания особо охраняемых видов, 56 объектов относятся к федеральному значению, 96 - к местному, в районе 226 памятников археологии, 14 памятных исторических мест и сооружений, на территории района находится 6 музеев, в том числе и краеведческий.

На окраине города стоит Корсунско-Богородицкий собор (1795-1804, по проекту смоленского архитектора Осипа Спиркина), на территории бывшего посада - церкви: Богоявленская (1764), Никольская (1666-69), Покровская (1777), Иоанна Предтечи (1703), Казанская (1698-1765), Спасо-Преображенская (конца XVII - начала XVIII вв.), Рождества Богородицы (1742-62). На центральных площадях и улицах - каменные купеческие дома XVIII-XIX вв. [1]

Торопец с давних времен был торговым городом, именно поэтому в нем сохранилось много купеческих домов на улицах Советской, Октябрьской и Некрасова. Широкому

городскому строительству способствовали не только политические причины, но и торгово-ремесленная деятельность. Само географическое положение города во многом способствовало его развитию. Проходивший через Торопец тракт в Белоруссию и Смоленск способствовал хорошей торговле. Купцы Безносков, Щёкин и Харинский, Пожаров, Шарапов, Рудин, оставили после себя архитектурное наследие. Все купеческие дома уникальны своей архитектурой, а некоторые из них являются памятниками регионального и федерального значения.[2]

Торопец не насыщен музеями на своей территории, из имеющихся там: Торопецкий краеведческий музей, Музей Патриарха Тихона и Музей поискового отряда Память. Для такого богатого историей города, 3 музея – совсем незначительное число. А имеющиеся музеи могли бы проводить более разнообразную выставочную деятельность для повышения посещаемости.

Краеведческий музей находится в здании Богоявленской церкви (XVIII в.) и является филиалом Тверского Государственного Объединенного Музея. Церковь стоит на острове, который река Торопа обтекает двумя рукавами при своём переходе из озера Соломено (также называют Соломенное) в озеро Заликовье (или Заликовское). Весь остров в XVI в. Был обустроен как кремль, называвшийся Новым городом, или Красным валом.[3]

Экспозиции музея рассказывают об истории города, его быте, нравах и представлены картины внешнего облика Торопца в различные периоды времени. Одно из главных мест занимает макет Торопецкого кремля XVI в. В витринах демонстрируется множество старинных предметов, раскрывающих историю города. На территории района регулярно проводятся археологические раскопки и находки, расположившиеся в музее, с раскопок вызывают особый интерес у посетителей.

Рядом с краеведческим музеем, на берегу озера, установлена глыба гранита с якорем и морской цепью. На чугунном барельефе старинного фрегата портрет и надпись: «Адмиралу Рикорду П.И., от земляков». Петр Иванович Рикорд вошел в историю России как самый миролюбивый флотоводец. Он спас Россию от трех войн.

Торопец часто ассоциируется с князем Александром Невским, который, как известно, в 19 лет венчался в Торопце с полоцкой княжной Александрой Брячеславной. Венчание было в дубовой церкви, что стояла на Малом городище. Именно там ученые-археологи из Санкт-Петербурга нашли при раскопках «вислую печать» брата Александра Невского — Ярослава Ярославовича.

Ещё, рядом с краеведческим музеем, напротив школы №1 установлен памятник учителю. Стоит уточнить, что это первый в России памятник, посвященный учителю.

Памятник Лизе Чайкиной, ранее установленный на площади напротив гостиницы, около старого кинотеатра «Родина», теперь стоит около центральной бани на ул. Еременко.

Торопецкая земля подарила стране и миру немало знаменитых и выдающихся людей. Например, Куропаткин Алексей Николаевич, русский генерал и военачальник, военный министр дореволюционной России. Или, Алмазов Владимир Андреевич – академик, главный кардиолог страны. Выдающийся русский композитор Модест Петрович Мусоргский родился в Торопецком уезде. И уже на протяжении многих лет, ежегодно проводится музыкальный фестиваль, посвященный композитору. Первый русский укротитель Гладильщиков Николай Павлович родился в самом Торопце. И еще многие другие значимые личности родом из Торопца. Создание арт-объектов, достопримечательностей, относящихся к данным людям, раскрывающих их историю и связь с городом, позволит повысить интерес туристов к Торопцу и расширить туристические возможности города.

Кроме того, вокруг города находятся леса, озера и реки, которые делают его привлекательным для любителей активного отдыха. Здесь можно заняться рыбалкой, охотой, прогулками на лошадях, пикниками и другими видами активного отдыха.

Торопец за счет большого количества разнообразных видов туризма может привлекать туристов с различными интересами, здесь каждый найдет что-то себе по душе.

Если рассматривать туристскую инфраструктуру Торопца, то можно сделать вывод, что данный район слабо развит в туристском плане, имея при этом большой потенциал, как уже говорилось ранее. То есть, Торопецкий район обладает большим количеством экскурсионных объектов, которые могли бы быть интересны туристам разных категорий. Но из-за отдаленности от Твери и других крупных городов соседних областей Торопец посещает малое количество туристов, так как добраться до Торопца можно либо на рейсовом автобусе из Твери, который едет 5-6 часов, либо на автомобиле, либо же на электричке из Бологое (Тверская область) до Торопца, находясь также 6 часов в пути. Но даже несмотря на наличие или отсутствие транспорта, многие люди отказывают себе в посещении города по причине некачественных дорог на подъезде к Торопцу.

К недостаточно развитой инфраструктуре можно добавить отсутствие экскурсоводов, то есть даже при увеличении спроса на знакомство с Торопцем, некому будет удовлетворить данный спрос. Выходом из этой ситуации может служить создание аудио-экскурсий по городу, для большего охвата аудитории.

Помимо вышеназванного для туристов важно наличие гостиниц и мест для питания. Непосредственно в самом Торопце располагается 2 гостиницы – «Торопа» 3* (Советская улица, 35/21) и «Кривитеск» 3* (Советская улица, 11). Кроме данных гостиниц в городе, в д. Наговье (52 км от Торопца) находится отель-усадьба «Времена года».

В городе 9 заведений питания, из них: 1 кофейня («Кофейня на Старой площади»), 1 ресторан («Крыница»), 2 кафе («Юна» и «Кривитеск»), 3 заведения быстрого питания («Шаурма», «Шаурма», «Минутка»), 1 бар («Шампур»).

Качество туризма в Торопце зависит от многих факторов, включая качество услуг, уровень сервиса и удобство проживания. Чтобы привлекать больше туристов, необходимо уделять больше внимания качеству и количеству экскурсий и туристических маршрутов, а также обновлению и развитию гостиниц и ресторанов.

Также необходимо уделять внимание сохранению исторических и культурных достопримечательностей города. Это поможет сохранить уникальность и самобытность Торопца и привлечь еще больше туристов, которые будут готовы узнать больше о культуре и истории этого города.

В заключение, можно сказать, что Торопец имеет огромный туристический потенциал и является прекрасным местом для отдыха и путешествий, а также, может стать одним из главных туристических центров Тверской области. Однако, чтобы привлечь больше туристов, необходимо уделять больше внимания улучшению инфраструктуры города. Только так можно сделать Торопец еще более привлекательным для туристов и увеличить его роль в развитии туризма в Тверской области.

Библиографический список

1. Города России : Энциклопедия / Под ред. Г. М. Лаппо. – Москва : Большая рос. энцикл., 1994. – 559 с.
2. Торопец. Прошлое и настоящее : Сборник очерков / Сост. Л. Г. Нефедова. – Нелидово : Верхневолжская ассоциация периодической печати, 1996. – 41 с.
3. Кудрявцева, Н. О. Торопец: градостроительная структура как летопись, запечатленная в генетических частях / Н. О. Кудрявцева, Л. И. Кубецкая // Academia. Архитектура и строительство. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/toropets-gradostroitel'naya-struktura-kak-letopis-zapechatlennaya-v-geneticheskikh-chastyah> (дата обращения: 18.03.2023).

Использование принципов семиотики при разработке рекламно-информационных материалов для сферы туризма

Степанова Диана Николаевна

студент гр. Б-СКС-20, Институт языков и культуры народов Севера-Востока РФ, СВФУ им. М. К. Аммосова, г. Якутск

dianastepun@mail.ru

Научный руководитель - Андреева Елена Васильевна, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма, кандидат педагогических наук, СВФУ им. М. К. Аммосова, Институт языков и культуры народов Севера-Востока РФ, г. Якутск

Аннотация. Реклама – это совокупность грамотно подобранных инструментов, которые помогают донести нужную информацию до потенциальных покупателей и, соответственно, ее продать. Однако не все рекламные продукты обеспечивают отличный результат в продвижении продукта. В данной статье с позиций семиотического подхода рассматривается содержание рекламно-информационных материалов в сфере туризма как знаковых объектов, проводится сравнительный анализ видеоконтента, продвигающего туристский продукт, как на международном, так и на региональном уровне. В содержании изученного видеоконтента выявлены денотация и коннотация, на основе классификации Ч. Пирса и Ч. Морриса определены виды знаков, уровни синтактики, семантики и прагматики. В заключении сделан вывод о том, что эффективность рекламно-информационных материалов при равном использовании семиотических компонентов возрастает на уровне прагматики.

Ключевые слова: реклама, рекламный контент, семиотический подход, туристский продукт, коннотация, денотация, семантика, синтактика, прагматика.

Using the principles of semiotics in the development of advertising and information materials for the tourism sector

Stepanova Diana

student gr. B-SKS-20, Institute of Languages and Culture of the Peoples of the North-East of the Russian Federation, NEFU named after M. K. Ammosov, Yakutsk

dianastepun@mail.ru

Annotation. Advertising is a set of well-chosen tools that help to convey the necessary information to potential buyers and, accordingly, to sell it. However, not all advertising products provide excellent results in product promotion. In this article, from the standpoint of a semiotic approach, the content of advertising and information materials in the field of tourism as iconic objects is considered, a comparative analysis of video content promoting a tourist product is carried out, both at the international and regional levels. In the content of the studied video content, denotation and connotation are revealed, based on the classification of Ch. The types of signs, levels of syntactics, semantics and pragmatics were determined by Pierce and C. Morris. In conclusion, it is concluded that the effectiveness of advertising and information materials with equal use of semiotic components increases at the level of pragmatics.

Keywords: advertising, advertising content, semiotic approach, tourist product, connotation, denotation, semantics, syntactics, pragmatics.

Изучение воздействия рекламы на потребителя является одним из актуальных направлений в настоящее время. Применяемые в современных условиях средства рекламы разнообразны, но не все они несут точную и убедительную информацию. Правильно подать рекламу сложнее, чем кажется на первый взгляд. Прежде всего, реклама несет в себе информацию, обычно представленную в сжатой, художественно выраженной форме,

эмоционально окрашенную и доводит до сознания и внимания потенциальных клиентов наиболее важные факты и сведения о товарах и услугах.

Для Якутии проблема формирования туристского рекламного контента является актуальной, так как при большом количестве уникальных туристских ресурсов, наличии разработанных туристских маршрутов практически нет эффективных продвигающих рекламно-информационных материалов.

Исследователи [1,2] утверждают, что в настоящее время люди больше воспринимают информацию преимущественно через видеоконтент. Поэтому производители товаров и услуг готовы платить большие деньги за рекламный видеоролик. Однако не все рекламные ролики являются «прибыльными». Семиотический анализ позволяет выявить те семиотические средства, которые делают рекламные материалы более продаваемыми.

В целом семиотический подход подразумевает выделение трех уровней изучения знаковых систем - синтактика, семантика и прагматика. В работе «Основания теории знаков» Ч. Моррис сформулировал правила вышеуказанных уровней, согласно которым синтаксические правила определяют знаковые отношения между знаковыми средствами; семантические правила соотносят знаковые средства с другими объектами; прагматические правила констатируют условия, при которых знаковое средство является для интерпретаторов знаком [3].

В нашем исследовании мы проанализировали содержание нескольких рекламно-информационных материалов, продвигающих зарубежный, российский и местный, якутский, турпродукт: это ролики, рекламирующие путешествие в Париж, туристический маршрут «Золотое кольцо России» и два ролика о путешествии по Якутии [4, 5, 6, 7].

Целью анализа являлось выявить денотат и коннотат, виды знаков, используемых в рекламно-информационных материалах, семиотические инструменты, повышающие эффективность туристской рекламы.

Анализ показал, что денотатом являются конкретные объекты и явления (виды Парижа и парижских улиц, улицы и виды российских городов, природы Якутии, праздничные и традиционные обряды, активный образ жизни и пр.), коннотатом выступает красота, счастье, интерес, доброжелательные жители, улыбка, быстрый темп и разнообразие выбора, масштабность, чувство единения народа, а также романтичность, выраженная в любовной линии. Таким образом, в восприятии клиента туристические места связаны не просто с интересом, а с чувствами более высокого порядка, что повышает степень воздействия данных рекламно-информационных материалов на потенциального клиента.

При определении видов знаков мы воспользовались классификацией Ч. Пирса [2] и выявили в изучаемом видеоконтенте иконические знаки, знаки-индексы и знаки-символы. Так, иконическими знаками в изученных рекламных материалах выступает конкретное действие (прогулки, прыжки с парашютом, участие в обрядовых действиях и пр.); индексальные знаки – это содержание и форма традиционных обрядов, историчность или романтичность территории; в качестве знаков-символов выступают природные и городские объекты, языки (французский, якутский).

Из двух видеороликов, рекламирующих туристические возможности Якутии, на наш взгляд, более сильное прагматическое воздействие оказывает видеоролик об Ысыахе, где непосредственное общение авторов ролика с представителями народа саха вызывают заинтересованность у зрителя в том, чтобы узнать больше о Якутии. Авторы ролика с большим интересом задавали различные вопросы о культуре, истории, значении некоторых традиций и, тем самым, зрители узнавали много нового о Якутии, возможно, даже были развеяны некоторые мифы. Также немалую роль сыграли профессиональная видеосъемка, речь и харизма ведущих, их стремление и попытки говорить некоторые слова на якутском языке. Именно эта реклама вызвала весь спектр эмоций и чувств, будто бы зритель вместе с журналистами проживал два дня Ысыаха. Таким образом, коннотация в данном ролике усиливалась «эффектом присутствия». Этого «эффекта присутствия» не хватило во втором

ролике, где на уровне синтактики и семантики в великолепных видах природы, молодых и красивых лицах формируется некое восприятие, но отсутствие динамики, затянутость и однообразность сюжета на уровне прагматики снижают его знаковую эффективность.

Таким образом, наиболее эффективными являются рекламно-информационные материалы, которые дают новые знания, формируют желание воспользоваться рекламируемым продуктом или услугой. А использование инструментов семиотики при подготовке и создании рекламно-информационных материалов усиливает это воздействие многократно.

Библиографический список

1. Елина, Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. – 137 с.
2. Кавинкина, И. Н. Основы семиотики : пособие / И. Н. Кавинкина. – Гродно : ГрГУ, 2011. – 106 с.
3. Моррис, Ч. У. Основания теории знаков / Ч. У. Моррис // Семиотика: Антология / Сост. Ю. С. Степанов. – Москва : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 691 с.
4. 2ЖУР. ЯКУТИЯ. ЫСЫАХ ТУЙМААДЫ. ПУТЕШЕСТВИЕ В РЕСПУБЛИКУ САХА : [видеозапись] // YouTube : [сайт]. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=3__f0JH53Ls (дата обращения: 29.03.2022).
5. Красивый клип о Якутии : [видеозапись] // YouTube : [сайт]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s3Ovg1bMyAQ> (дата обращения: 29.03.2022).
6. Рекламный ролик «Золотое кольцо России» : [видеозапись] // YouTube : [сайт]. – URL: <https://online.s-vfu.ru/mod/resource/view.php?id=20221> (дата обращения: 29.03.2022).
7. Рекламный ролик «Париж» : [видеозапись] // YouTube : [сайт]. – URL: <https://online.s-vfu.ru/mod/resource/view.php?id=20223> (дата обращения: 29.03.2022).

УДК:338.48

Классификация и характеристика инструментов продвижения туристской территории в условиях цифровой трансформации

Самарханова Аяулым Досболатовна

*магистрант кафедры управления человеческими ресурсами, институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань
aykasd2001@gmail.com*

Аннотация. В динамично развивающемся мире, продвижение туристских территорий с применением новейших цифровых технологий является приоритетной задачей в развитии внутреннего туризма. В данной статье рассматриваются актуальные способы продвижения туристской дестинации, эффективность которых возможно оценить с помощью средства автоматизации системы продвижения

Ключевые слова: туристская территория, реклама, социальные сети, медиапространство, продвижение

Classification and characteristics of tools for the promotion of the tourist territory in the conditions of digital transformation

Samarkhanova Ayaulym

*undergraduate of the Department of Human Resource Management, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga Region) Federal University, Russia, Kazan
aykasd2001@gmail.com*

Annotation. In a dynamically developing world, the promotion of tourist areas using the latest digital technologies is a priority in the development of domestic tourism. This article

discusses the actual ways of promoting a tourist destination, the effectiveness of which can be assessed using the automation tool of the promotion system.

Keywords: tourist territory, advertising, social networks, media space, promotion

Становлению туризма как глобальной и, во многих случаях, национальной и региональной растущей отрасли сопутствовало как растущее осознание правительствами того вклада, который туризм может внести в экономический и социальный прогресс, так и растущее внимание со стороны исследователей. Но туризм не обязательно является ключом к золотому будущему для тех мест, которые посещают толпы отдыхающих. Регионам назначения приходится прилагать все больше усилий, чтобы создать или сохранить свою долю на туристическом рынке. Многие зависят от того, как туристские территории продвигают свой «имидж», то есть удастся ли им убедить потенциальных туристов в том, что они насладятся «отдыхом всей жизни», если выберут конкретное направление. Поэтому, при разработке стратегии развития туризма региона следует обратить особое внимание на продвижение туристской территории.

Цифровая трансформация в сфере туризма набирает обороты. Последние исследования показывают, что рынок eTravel, то есть онлайн поиска и бронирования путешествий растет с каждым годом. Данная тенденция оказывает влияние на виды продвижения как туристского продукта, так и туристской территории, обязывая обращать более пристальное внимание к цифровым способам продвижения.

Следует отметить основные тренды развития российского рынка онлайн путешествий и продвижения на нем туристских территорий и турпродуктов:

- рост прямых продаж производителей услуг (авиакомпаний, отелей);
- рост доли поисковиков, как авиа- жд- билетов и отелей, так и туров и экскурсий;
- увеличение доли мобильного интернета в браузерном трафике;
- рост доли мобильных приложений в онлайн-продажах [1].

Туристскую территорию можно охарактеризовать в нескольких понятиях:

- во-первых, туристская территория – это продукт;
- во-вторых, туристская территория может рассматриваться как административная единица (субъект), которая функционирует в рамках общенациональных, региональных и местных законов, имеющая соответствующую структуру органов управления;
- в-третьих, туристская территория – это географическое пространство, имеющее определенный ресурсный потенциал;
- в-четвертых, туристская территория представляет собой место, где отдыхают туристы, и постоянно проживает местное население [2].

Ф. Котлер термин «продвижение» рассматривает, как: совокупность различных маркетинговых мер, усилий, действий, посредством рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта и использование других маркетинговых коммуникаций, предпринимаемых производителями, продавцами товара или услуг, посредниками в целях повышения спроса, увеличения сбыта, расширения рыночного пространства для реализации продукции [3].

Проблему позиционирования и продвижения туристской территории занимались такие российские авторы как Е. А. Джундугазова, А. П. Панкрухин, Д.А. Дирин, А.С. Кусков, А.А. Бондарович, Т.К. Куттубаева и другие. Однако исследований в рамках изучения продвижения туристской территории именно в условиях цифровой трансформации немного. Этим и объясняется актуальность нашего исследования: классифицировать и охарактеризовать основные инструменты продвижения туристской территории в условиях цифровой трансформации.

Когда мы рассматриваем процесс продвижения туристской территории, а также турпродукта и услуг на ней, нужно сфокусироваться на четырех основных элементах продвижения: *продажи, стимулирование сбыта, реклама, связи с общественностью (PR)*. Однако, следует отметить, что если мы рассматриваем продвижение именно туристской

территории, то оно связано, в основном, со стимулированием сбыта и связями с общественностью.

Продвижение туристской территории направлена на решение нескольких задач:

1. Информирование о территории и о турпродуктах, реализуемых на ней;
2. Стимулирование продаж, посредством убеждения о приобретении турпродуктов определенной туристской дестинации;
3. Напоминание покупателям о территории и о турпродуктах, сохранение осведомленности и поддержка положительных эмоций у тех лиц, которые уже знакомы с этой территорией.

Продвижение туристской территории происходит в несколько этапов. Первый этап основывается на выявлении целевой аудитории и оценки её предпочтений. Стоит отметить, что здесь особую роль играет развитие цифровых технологий, который позволяет провести более тщательное исследование и прогнозирование рынка на основе более обширной базы данных.

На основе проведенных исследований на втором этапе устанавливают цели продвижения. На третьем этапе происходит формирование имиджевой концепции. Здесь же необходимо выявить приоритетные направления брендинга территории. По результатам выявления концепции брендинга проводится ряд мероприятий по продвижению территории. На завершающем этапе продвижения туристской территории осуществляется анализ результатов проведенной деятельности. Процесс продвижения территории непрерывен, так как постоянный мониторинг потребительских запросов, туристских потоков, уровня жизни населения региона и т.д. приводит к необходимости корректировки имиджа территории [4].

В условиях развития цифровой экономики важным конкурентным преимуществом как на уровне туристического продукта, так и на уровне туристской территории является актуальность предоставляемой информации. Под актуальностью здесь подразумевается своевременное обновление всех возможных источников информации о территории, турпродуктах, услугах, логистике, при этом данная информация должна быть хорошо структурирована, понятна и доступна. Также, следует обратить особое внимание на интеграцию информационных систем с другими сервисами для того, чтобы предусмотреть все точки соприкосновения с потенциальными потребителями.

Инструменты продвижения туристской территории:

- Веб-сайт туристской территории;
- Социальные сети и блоги, в т.ч. амбассадоринг (Вконтакте, Одноклассники);
- SEO-продвижение и контекстная реклама (Яндекс.Директ);
- Сервисы обмена видеофайлами (YouTube, RuTube);
- Вебинары, онлайн-выставки;
- Медиапространство (кинофильмы, сериалы, телепередачи и др.);
- Обмен данными между сайтами участников рынка, территорий, агрегаторами (выгрузка туров, отельной базы, системы поиска и подбора туров, модуль бронирования, виджет).

Сайты всё ещё остаются эффективным способом продвижения туристской территории. Однако, наличие сайта – это лишь часть стратегии продвижения. Немаловажной частью является наполнение сайта, которое должно отвечать всем ключевым запросам туриста. Здесь мы можем рассматривать сайт как многоуровневое объединение различных туристских ресурсов и сервисов, обновление которых происходит в реальном времени, который содержит огромное количество уникального контента и рассчитан на большие нагрузки по посещаемости. Кроме того, необходимо обеспечить сайт достаточным количеством трафика. Здесь стоит обратить внимание на тот факт, что одним из самых действенных инструментов по продвижению сайта туристской дестинации является интернет-рекламы (контекстная, баннерная, на серверах). Контекстная реклама, то есть та, которая отображается в зависимости предпочтений пользователя, помогает туристской территории и турпродуктам

найти своего клиента. Для определения соответствия рекламного материала обычно используется принцип ключевых слов. Самым распространённым сервисом на данный момент является Яндекс.Директ. Помимо контекстной рекламы, более естественным способом продвижения является SEO-продвижение, когда с помощью правильно написанного контента на сайте повышается его трафик.

Не менее важной частью стратегии продвижения должно стать развитие социальных сетей (Вконтакте, Одноклассники), а также сервисы обмена видеофайлами, такие как YouTube и RuTube. Если ключевой задачей сайтов и рекламы для них является упрощение поиска информации для клиентов, которые уже настроены на поездку в определенном направлении, то задача развития социальных сетей и видеохостингов является привлечение внимания, повышение осведомленности о туристской территории. Здесь же можно использовать таргетированную рекламу, которая определяется по ряду характеристик потребителя, такие как возраст, территория проживания, интересы. Кроме того, блогинг и продвижение через личные и коммерческие блоги тоже является эффективным, так как за блогом следят потенциальные потребители, которые доверяют выбору блогера, которого они смотрят и читают.

В последние несколько лет распространился ещё один способ продвижения через блог – амбассадоринг. Амбассадоринг в туризме – это формирование и продвижение образа территории с опорой на харизму и репутацию конкретной личности (амбассадора или посла территории). Так называемый посол территории является носителем культуры и менталитета. Неотъемлемой частью амбассадоринга является взаимодействие с потенциальными туристами через социальные сети и СМИ [5].

Связи с общественностью, то есть PR в контексте развития цифровых технологий приобрели новое значение – взаимодействие с интернет-СМИ, конференции и вебинары в онлайн формате. Данные изменения сделали продвижения доступным с точки зрения географического положения, так как теперь о туристской дестинации могут узнать туристы со всего мира.

На продвижение туристской территории всё ещё большое влияние оказывает медиапространство, то есть фильмы, сериалы и телепередачи. В рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего туризма на 2019-2025 года» одними из инструментов повышения узнаваемости существующих туристских территорий страны на региональном уровне являются съемка, показ и тиражирование видеороликов, телевизионных передач, а также короткометражных фильмов и сериалов о территориях страны, обладающих высокой туристской привлекательностью [6].

Важным этапом формирования стратегии продвижения туристской территории является тщательный анализ и проработка всех инструментов, грамотное распределение бюджета и обязательный мониторинг эффективности. Одним из способов анализа эффективности являются средства автоматизации системы продвижения. Основными составляющими процесса автоматизации и цифровизации являются проектирование системы продвижения, бюджетирование маркетинговой деятельности, коммуникация с партнерами и потребителями, анализ данных и др. Данную тенденцию также можно отнести к постепенной цифровой трансформации с сфере продвижения туристских территорий.

Каждый инструмент продвижения из представленных выше обладает специфическими приемами и методами. Однако, данные инструменты преследуют одну цель – продвижение туристской территории и турпродуктов, реализуемых на ней. Для успешного и эффективного продвижения важно как правильно выбрать инструменты, так и правильно их использовать, а также проводить грамотный анализ эффективности.

Библиографический список

1. Сердюков, С. Д. Формирование системы информационного обеспечения продвижения туристской дестинации в условиях цифровой трансформации : специальность

08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Сердюков Сергей Дмитриевич ; Сочинский государственный университет.– Сочи, 2021. – 187 с.

2. Куттубаева, Т. А. Формирование стратегии маркетинга туристских территорий : коллективная монография / Т. А. Куттубаева, В. И. Алексахина, А. С. Дерешева [и др.] / под ред. Т. А. Куттубаевой. – Горно-Алтайск : РИО ГАГУ, 2014. – 188 с.

3. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – Москва : Прогресс, 1990. – 115 с.

4. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций / Л. Г. Кирьянова. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 264 с.

5. Федорова, М. С. Амбассадоринг как механизм продвижения территории на рынке туризма // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – № 3–1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ambassadoring-kak-mehanizm-prodvizheniya-territorii-na-rynke-turizma> (дата обращения: 19.04.2023).

6. Митрофанова, А. В. Роль медиапространства в продвижении туристских территорий / А. В. Митрофанова, С. Ч. Аликов, В. А. Хильшер, О. С. Богданова // Современные масс-медиа в формировании экологической культуры и туристской привлекательности территории : материалы Международной конференции. В 2-х частях, Казань, 13 декабря 2019 года / под редакцией А. Н. Грязнова. – Часть 2. – Казань : Университет управления «ТИСБИ», 2019. – С. 21–30.

7. Куттубаева, Т. А. Инструменты формирования и продвижения бренда туристской территории / Т. А. Куттубаева, А. В. Данько // Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях, Горно-Алтайск, 02–04 июля 2018 года / под общей редакцией Т. А. Куттубаевой, А. В. Глотко. – Часть 2. – Горно-Алтайск : Горно-Алтайский государственный университет, 2018. – С. 206–214.

8. Щередина, А. А. Маркетинг территорий через каналы цифрового маркетинга / А. А. Щередина, К. Н. Трашкова // Современное состояние и потенциал развития туризма в России : материалы XV Международной научно-практической конференции, Омск, 20–21 декабря 2018 года / Минобрнауки России, ОмГТУ, Упр. по развитию туризма М-ва культуры Ом.обл. ; под общ. ред. Е.В. Кулагиной. – Омск : Омский государственный технический университет, 2018. – С. 90–94.

УДК:338.48

Устойчивое развитие маркетинговой деятельности туристского предприятия

Шырынбекова Агжан Нуржанқызы

бакалавриат, Международный инженерно-технологический университет

ayagoz.zhansagitova@mail.ru

Научный руководитель - Жансагимова Аягоз Ержановна,

Доктор PhD «Туризм», ассоциированный профессор,

Международный инженерно-технологический университет

Аннотация. В данной статье представлены эффективные маркетинговые услуги которые имеют решающее значение для туристического бизнеса, как для привлечения, так и для удержания клиентов в высококонкурентной отрасли. Актуализирована важность создания собственного сильного бренда, который должен соответствовать всем маркетинговым каналам и отражать уникальность ценностного предложения. Что предоставит возможность позиционировать товар или услугу среди конкурентов и завоевать доверие потенциальных клиентов. Представлены предложения для предприятий разного рода деятельности отрасли туризма с целью постоянного продвижения маркетинговой деятельности в отношении к покупателям и пути достижения устойчивого развития туризма.

Ключевые слова: маркетинг, туризм, продвижение, покупатель, бренд

Sustainable development of the marketing activity of a tourist enterprise

Shyrynbekova Agzhan Nurzhankyzy,

undergraduate, International University of Engineering and Technology

ayagoz.zhansagimova@mail.ru

Annotation. This article presents effective marketing services that are critical for the tourism business to both attract and retain customers in a highly competitive industry. Updating is important to create your own strong brand, which must fit all marketing channels and reflect the uniqueness of the value proposition. That will provide an opportunity to position a product or service among competitors and gain the trust of potential customers. Offers are presented for enterprises of various activities in the tourism industry with the aim of constantly promoting marketing activities in relation to buyers and ways to achieve sustainable tourism development.

Keywords: marketing, tourism, promotion, buyer, brand

Маркетинг играет решающую роль в индустрии туризма, поскольку он помогает привлекать и удерживать клиентов. Вот некоторые маркетинговые услуги, которые обычно используются в индустрии туризма:

Цифровой маркетинг: это включает продвижение туристических продуктов и услуг через онлайн-платформы, такие как социальные сети, маркетинг по электронной почте и поисковую оптимизацию. Цифровой маркетинг позволяет туристическим предприятиям охватить более широкую аудиторию с меньшими затратами.

Контент-маркетинг: это включает в себя создание и распространение ценного контента, такого как сообщения в блогах, видео и инфографика, для привлечения потенциальных клиентов. Контент-маркетинг помогает туристическому бизнесу стать авторитетом в своей нише и может привести к увеличению количества бронирований и повторных сделок.

Брендинг: это включает в себя создание уникального и запоминающегося образа для туристического бизнеса. Это может включать разработку логотипа, слогана и голоса бренда, отражающих ценности и индивидуальность бизнеса. Сильный брендинг может помочь отличить туристический бизнес от конкурентов и повысить лояльность к бренду.

Связи с общественностью: это включает в себя управление репутацией туристического бизнеса посредством связей со СМИ, влиятельного маркетинга и работы с общественностью. Связи с общественностью могут помочь добиться положительного освещения в СМИ, наладить отношения с ключевыми влиятельными лицами и завоевать расположение местных сообществ.

Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM): это включает использование данных о клиентах для улучшения обслуживания клиентов, повышения лояльности и увеличения числа повторных сделок. CRM может помочь туристическим предприятиям персонализировать свои маркетинговые усилия и предоставлять целевые предложения и рекламные акции своим наиболее ценным клиентам.

В целом, эффективные маркетинговые услуги имеют решающее значение для туристического бизнеса для привлечения и удержания клиентов в высококонкурентной отрасли.

Современный рынок товаров постоянно меняется, и на сегодняшний день существует огромное количество потенциальных возможностей его развития. Продвижение продукта, как одна из самых важных стратегий, имеет огромный потенциал и может изменяться в зависимости от изменений экономической среды. Предприятия разного рода деятельности, от мелких торговцев до крупных товаропроизводителей, постоянно продвигают свою деятельность к покупателям, стремясь реализовать несколько целей:

1) информировать потенциальных покупателей о своем продукте, услугах, условиях продаж;

2) убедить покупателя отдать предпочтение именно таким товарам и маркам;

3) заставлять покупателя действовать – поведение потребителя направляется на то, что рынок предлагает в настоящее время, а не откладывать покупку на будущее.

Эти цели достигаются с помощью рекламы, продавцов, яркого слова в названии магазинов, оформления витрин, упаковки, рассылки литературы, раздачи бесплатных купонов, пресс-релизов, а также других продвиженческих и коммуникационных видов деятельности. Это управление продвижением или маркетинговые коммуникации.

Также несколько рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности туристского предприятия:

Необходимо определить целевую аудиторию, кто является идеальным клиентом, каковы его потребности и предпочтения. Это даст возможность адаптировать маркетинговое сообщение и стратегию, чтобы резонировать с ними.

Важно создать сильный бренд, который будет соответствовать всем маркетинговым каналам и отражать уникальность ценностного предложения. Что поможет позиционировать товар или услугу среди конкурентов и завоевать доверие потенциальных клиентов.

В приоритете использование социальных сетей, то есть использование платформы социальных сетей, такие как Facebook, Instagram и Twitter, чтобы охватить более широкую аудиторию и привлечь потенциальных клиентов. Делиться привлекательным контентом, предлагать акции и скидки, и оперативно отвечать на запросы и отзывы клиентов.

Требуется оптимизировать веб-сайт, который должен быть удобен для пользователя, визуально привлекателен и оптимизирован для поисковых систем. Использовать высококачественные изображения и видео, чтобы продемонстрировать предложения турфирмы и предоставить четкую и краткую информацию о тур продуктах и услугах.

Использование маркетинга по электронной почте для, чего необходимо создать список адресов электронной почты бывших и потенциальных клиентов и регулярно отправлять информационные бюллетени с обновлениями предложений турфирмы, информацию о рекламных акциях и предстоящих событиях.

Предлагать пакеты и предложения, в частности, создать пакетные предложения, которые объединяют несколько продуктов или услуг и предлагают скидки при бронировании заранее или в непииковые периоды дестинаций. Что побудит клиентов бронировать за ранее и увеличить доход турфирмы.

И наконец, важно сотрудничать с местными предприятиями и с другими предприятиями в индустрии туризма, такими как отели, рестораны и достопримечательности, для перекрестного продвижения предложений друг друга и создания более комплексного туристического опыта.

Устойчивое развитие туризма — это вид туризма, целью которого является минимизация негативного воздействия на окружающую среду, сохранение местных культур и традиций, а также экономическая выгода для местных сообществ. Вот некоторые ключевые аспекты устойчивого развития туризма:

Экологическая устойчивость: Устойчивое развитие туризма направлено на минимизацию негативного воздействия туризма на окружающую среду. Этого можно достичь с помощью методов ответственного туризма, таких как сокращение потребления энергии, сохранение водных ресурсов и сокращение образования отходов. Устойчивое развитие туризма также включает в себя защиту естественной среды обитания и дикой природы, содействие сохранению и поддержку устойчивых вариантов транспорта.

Социальная устойчивость: Устойчивое развитие туризма признает важность местных сообществ и стремится вовлечь их в туристическую деятельность. Этого можно достичь с помощью туризма на уровне общин, когда местные общины участвуют в развитии и управлении туристической деятельностью. Устойчивое развитие туризма также предполагает уважение местных культур, традиций и образа жизни и поощрение практики ответственного туризма, которая не оказывает негативного влияния на местные сообщества.

Экономическая устойчивость: Устойчивое развитие туризма направлено на экономическую выгоду местных сообществ, предоставляя возможности для трудоустройства и поддерживая местный бизнес. Этого можно достичь с помощью методов ответственного туризма, которые способствуют развитию местной экономики, таких как использование товаров и услуг местного производства и поддержка местных туристических инициатив.

Образование и осведомленность. Развитие устойчивого туризма включает в себя информирование туристов и местных сообществ о важности практики устойчивого туризма. Этого можно достичь с помощью кампаний по повышению осведомленности, образовательных и обучающих программ, а также информационных центров, продвигающих практику ответственного туризма.

В целом, устойчивое развитие туризма направлено на то, чтобы сбалансировать экономическое, социальное и экологическое воздействие туризма, чтобы туристическая деятельность приносила пользу как посетителям, так и местным сообществам, сводя к минимуму негативное воздействие на окружающую среду. Применяя методы устойчивого туризма, туристические предприятия могут оказать положительное влияние на окружающую среду, поддержать местные сообщества и внести свой вклад в долгосрочную устойчивость туристической индустрии.

Библиографический список

1. Уахитова, Г. Б. Туристский потенциал Республики Казахстан / Г. Б. Уахитова // Вестник Евразийского гуманитарного института. – 2007. – № 1. – С. 79–88.
2. Карпова, А. Экономика и управление туристской деятельностью : учебное пособие в 2-х частях. Ч. 1 / А. Карпова, Л. В. Хорева. – Санкт-Петербург : Издательство СПбГУЭФ, 2011. – 268 с.
3. Колбовский, Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Е. Ю. Колбовский. – Москва : Издательский центр «Академия», 2006. – 256 с.

УДК: 379.85

Выявление уровня развития экскурсионной сферы в Казахстане

Филенко Ольга

*студент Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан
filenko.olya02@mail.ru*

Черненко Алина

*студент Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан
alina.chernenkx.17@gmail.com*

Научный руководитель - Бедельбаева Марина Васильевна, к.и.н., зав. музеем археологии и этнографии Сарыаркинского археологического института, г. Караганды, Казахстан

Аннотация. В статье представлены результаты проведенного опроса, нацеленного на выявление мнения казахстанцев о состоянии экскурсионно-туристической деятельности в стране, об уровне ее развития и путях дальнейшего совершенствования. Определены наиболее привлекательные объекты для экскурсионного показа, включающие как природные достопримечательности, так и культурно-исторические памятники. Внесен ряд предложений для дальнейшего развития устойчивого туризма в регионе.

Ключевые слова: экскурсия, опрос, турист, устойчивый туризм, достопримечательность, природный объект, привлекательный.

Development level elicitation of the excursion sphere in Kazakhstan

Filenko Olga

*student of the Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz,
Karaganda, Republic of Kazakhstan
filenko.olya02@mail.ru*

Chernenko Alina

*student of the Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz,
Karaganda, Republic of Kazakhstan
alina.chernenkx.17@gmail.com*

Annotation. The article presents the results of a survey aimed at identifying the opinion of Kazakhstanis about the state of excursion and tourism activities in the country, the level of its development and ways for further improvement. The most attractive objects for the excursion show, including both natural sights and cultural and historical monuments, have been determined. A number of proposals have been made for the further development of sustainable tourism in the region.

Key words: excursion, survey, tourist, sustainable tourism, tourist attraction, natural object, attractive.

Экскурсии представляют собой активный процесс познания окружающего мира, служат мощным идеологическим инструментом воспитания и являются составной частью туризма. Являясь популярной формой организации культурного досуга, экскурсии обеспечивают удовлетворение духовных потребностей человека, давая возможность раскрыть мир, перенести экскурсантов в историческое прошлое, помочь понять истоки социально-экономических процессов, происходящих сегодня [1, с. 15].

В ТОП-10 лучших туристско-экскурсионных направлений страны, вошли столица (с потенциалом 1 млн. туристов в год), курортная зона «Бурабай» (с потенциалом 2 млн. туристов в год), озеро Алаколь и горный кластер Алматинского региона (с потенциалом по 2,5 млн туристов в год), а также Баянаульская и Имантау-Шалкарская курортные зоны, озеро Балхаш, Туркестан, космический комплекс «Байконур» и Мангистау.

Говоря о путях совершенствования туристской отрасли в рамках устойчивого развития Казахстана, следует выявить уровень, на котором в данный момент находится внутренний туризм и, в частности, экскурсионная сфера и сформулировать основные проблемы отрасли. С этой целью авторами статьи был проведен опрос среди различных слоев населения города Караганды.

Для проведения анонимного анкетирования были составлены вопросы с целью выявления степени осведомленности целевой аудитории об экскурсионном туризме в Казахстане с использованием природных и культурно-исторических ресурсов. Опрос проводился с помощью инструментов Google Forms и был размещен в сети интернет. Анкета включала два блока: демографический (вопросы о возрасте респондентов и их сфере деятельности) и содержательный. На данный момент опрос прошли более 200 респондентов разных возрастных категорий и с различной сферой деятельности, отвечающих на русском языке.

Для объективного анализа в качестве респондентов привлекались субъекты разных возрастов и рода деятельности, количество которых в процентном соотношении было относительно равным. Опрос продемонстрировал заинтересованность потенциальных потребителей в проведении экскурсий: превалирующее большинство респондентов считают участие в экскурсиях интересным досугом.

Следующий вопрос анкеты был направлен на выявление частоты посещения экскурсий в течение года и показал следующую статистику: преобладающая часть респондентов (58%) посещает экскурсии не более 1–2 раз в год. Анализируя предыдущий вопрос вместе с этим,

можно отметить, что практически все респонденты считают экскурсии интересным досугом, но, тем не менее, не посещают экскурсии вообще. Следовательно, можно сделать вывод о том, что опрошенные не всегда имеют возможность участвовать в экскурсионных программах, поскольку интерес и желания часто не совпадают с возможностями. Кроме того, зафиксирована тенденция большей активности в посещении экскурсий со стороны школьной и студенческой молодежи, что связано с организацией учебных и познавательных экскурсий в рамках процессе обучения.

Преобладающее количество респондентов посещает экскурсии по собственному желанию и выбору. Большой процент приходится на тех, кто посещает экскурсии по рекомендациям друзей и родственников, что служит подтверждением гипотезы о заинтересованности в экскурсиях и охотном выборе этого вида отдыха по собственной инициативе.

С целью определения критериев, влияющих на выбор экскурсий респондентами, было предложено три основных варианта ответов – оригинальность и уникальность тематики предложенной экскурсии; доступность цены; высокое качество предложенной экскурсионной услуги и профессионализм экскурсовода. Четвертый вариант предполагал открытый ответ респондента с указанием «другое».

Результаты ответов на этот вопрос: ведущим критерием выбора для респондентов является оригинальность и уникальность тематики предложенной экскурсии – 37,2% (77 человек). Высокое качество предложенной экскурсионной услуги и профессионализм экскурсовода привлекли 33,8% (70 человек). Важное значение для опрошенных имеет доступная цена – 25,6% (53 человека).

Выбирая вариант ответа «другое» респонденты указывали следующие критерии: хороший экскурсионный транспорт, высокая репутация и распространенность экскурсии, удобное расположение экскурсионного объекта и благоустроенная дорога до него, длительность экскурсии и место проведения. Можно говорить о том, что нет какого-либо универсального критерия, который более существенно влиял на выбор экскурсии. Следовательно, при разработке экскурсионных программ необходимо учитывать все критерии, так как каждый из них может оказать существенное влияние на выбор потенциального туриста.

Опрос наглядно показал мнение респондентов об уровне развития экскурсионной деятельности РК. Половина опрошенных респондентов считает, что экскурсионная деятельность в Казахстане находится на низком уровне развития (50,7%). 83 человека (39,3%) выбрали средний уровень развития сферы экскурсионного обслуживания в стране. Количество респондентов, которые считают, что экскурсионная деятельность в Казахстане находится на высоком уровне развития, является самым небольшим – 10%.

Ключевым является вопрос о конкретных проблемах, с которыми сталкивается развитие экскурсионной отрасли в РК. 21,3% респондентов считают, что основные проблемы развития экскурсионной отрасли в стране заключается в отсутствии качественной рекламы и продвижения культурно-познавательных туров и экскурсий. О дефиците аттрактивных экскурсионных объектов говорят 24,2% опрошенных. Четверть респондентов 25,6% видят проблему в неоправданно высоких ценах на экскурсионные услуги. Основной проблемой развития экскурсионной отрасли РК называют недостаток квалифицированных экскурсоводов: 28,9% участников опроса видят в этом причину низкого уровня развития экскурсионного обслуживания. Процентное соотношение ответов приблизительно одинаково, из чего следует вывод, что нет какой-то одной преобладающей проблемы, на решение которой следует направить все силы, решать их следует комплексно, уделяя внимание каждой.

Последний вопрос анкеты позволил определить распространенные виды экскурсий, вызывающие повышенный интерес у населения нашей страны. Наиболее популярный ответ – экскурсии на природу (37,9 %). 26,1% опрошенных считают самыми востребованными

музейные экскурсии, тематические (18,5%) и городские обзорные экскурсии (17,5%) набрали примерно одинаковое количество предпочтений.

Анализируя данные о наиболее популярных видах экскурсий на территории Казахстана, можно рассмотреть ответы респондентов об экскурсионных объектах РК, вопрос был нацелен на выявление общего уровня осведомленности граждан. Вопрос являлся открытым, в пустой графе ответа респондент должен был сам указать свой вариант и самостоятельно прописать его.

Респонденты перечислили множество самых разнообразных экскурсионных объектов из разных уголков Казахстана. Это природные достопримечательности: Бектау-Ата, Чарынский каньон, скала Жумбактас, «Поющий бархан», объекты Бурабай, пик Хан-Тенгри, озера Балхаш Шайтанколь, Кольсай и Каинды, гора Окжетпес, плато Устюрт, урочище Бозжира, национальный парк Алтын-Эмель, Аксу-Жабаглинский заповедник и другие. Культурно-исторические объекты: городище Отрар, Туркестан, подземная мечеть Бекет-ата, Медео, Музей памяти жертв политических репрессий (пос. Долинка), Музейно-мемориальный комплекс «Акмолинский лагерь жен изменников родины» (АЛЖИР), космодром Байконур, монумент Байтерек, Дворец Независимости г. Астана, литературно-мемориальный музей Ф.М. Достоевского в г. Семей, дом-музей Ауэзова и другие экскурсионные объекты.

Согласно проведенному опросу наиболее популярными в Казахстане являются следующие экскурсионные объекты: Бурабай, озера Кольсай и Каинды, Туркестан, различные мавзолеи, находящиеся в регионах, что подтверждается и другими исследованиями [2, с. 89-91].

Преобладающая часть респондентов приводила множество разнообразных примеров и перечисляла большое количество экскурсионных объектов в своих ответах на данный вопрос, что однозначно свидетельствует о высоком уровне осведомленности населения о туристических и экскурсионных объектах РК.

Заключительный вопрос имел цель собрать идеи и предложения респондентов по улучшению экскурсионного обслуживания РК.

В ходе ответа на данный вопрос каждый из респондентов предлагал свою идею, которая помогла бы в дальнейшем совершенствовать экскурсионное обслуживание в Казахстане. Среди ответов респондентов были следующие предложения: снижение стоимости на экскурсионные услуги; современный подход к продвижению экскурсионных услуг; новые методы в проведении экскурсий, повышение квалификации кадров, задействованных в экскурсионном обслуживании; улучшение инфраструктуры туризма; проведение активной, в том числе таргетированной, рекламы и продвижение в социальных сетях; улучшение экскурсионного транспорта и дорог; привлечение иностранных туристов, молодежи; обязательное введение в образовательные программы школ, колледжей и вузов экскурсий для школьников и студентов; организация пикников на выездных природоохранительных экскурсиях; проведение реставрационных работ существующих экскурсионных объектов; разработка новых экскурсионных маршрутов; организация бесплатных выставок и дней открытых дверей в музеях и ряд других предложений.

Проведенный опрос позволил выделить самые распространенные предложения респондентов – снижение цен на экскурсионные туры, активизация рекламы.

По результатам опроса было выявлено, что население действительно заинтересовано в посещении экскурсий и считает их интересным досугом, главным мотивом посещения экскурсий у большинства опрошенных является их собственное желание. Уровень общей осведомленности казахстанцев об экскурсионных объектах страны довольно высокий, так как многие могли перечислить большое количество самых разнообразных экскурсионных достопримечательностей и объектов. По результатам опроса также было выявлено, что наиболее часто посещают экскурсии студенты, фрилансеры и пенсионеры, что, скорее всего, объясняется наличием свободного времени в сравнении с предпринимателями и наемными

работниками. Статистический анализ, проведенный Ж.М. Шаекиной десять лет назад, демонстрирует, что экскурсионными услугами пользуются, в основном, внутренние туристы. Например, 48% среди всех посетителей музейных экскурсий составляют школьники и дети [3, с. 58].

На территории Казахстана расположено множество экскурсионных объектов, в том числе большое количество аттрактивных для туристов природных ландшафтов, но сама туристская и экскурсионная инфраструктура находится на недостаточном уровне развития. Комплексно решая все имеющиеся проблемы, грамотно используя природные ресурсы, создавая новые экскурсионные маршруты и используя аттрактивные экскурсионные объекты можно значительно повысить общий уровень развития экскурсионного туризма в Казахстане.

В Карагандинской области есть все необходимые предпосылки для дальнейшего развития новых форм экскурсионного обслуживания. Наблюдается ежегодное увеличение количества проводимых экскурсий. Вот, например, некоторые из них:

«Жемчужина Сары-Арки – Каркаралинск»: раскинувшийся у подножия гор Каркаралы, город был основан в 1824 году и в нем сохранились материальные свидетельства его почтенного возраста. Экскурсионный маршрут включает обзорное знакомство с исторической архитектурой Каркаралинска и с известными персоналиями Великой степи. В городе имеются здания связанные с именами отца Абая – Кунанбая (мечеть), великого русского путешественника, исследователя Центральной Азии – Г.Н. Потанина (жилое здание). Осмотр мазара Таттимбета Казангапова – известного казахского композитора. Музей природы и краеведческий музей знакомят посетителей с основными вехами развития Каркаралинска и древней историей региона [4].

«Ландшафты памяти»: познавательный тур по Караганде с посещением музея памяти жертв политических репрессий. Обзорная экскурсия по городу Караганде. Поездка в музей памяти жертв политических репрессий посёлка Долинка. Карлаг – один из крупнейших исправительно-трудовых лагерей ГУЛАГа – располагался на территории Карагандинской области с 1930 по 1959 гг. За эти годы через Карлаг прошло около миллиона человек. Но поскольку часть архивов всё еще засекречены, невозможно назвать точное число его узников. Экспозиция музея представляет фото, архивные документы и экспонаты, характеризующие эпоху тоталитаризма и массовых репрессий [5].

«Кызыларай – высота и древность»: Кызыларайский горно-лесной оазис представляет эксклюзивные возможности для путешественника. Здесь расположена священная пещера Аулие и наивысшая точка Сары-Арки – вершина Ақсоран (1565 м). Этот регион является крупным местообитанием архаров. Сосновые леса, растущие на гранитных скалах, интересны как самое южное место произрастания сосны в Центрально-казахстанской экосистеме, граничащей с пустынными просторами. Историко-археологическое наследие: монументальные гробницы Бегазы и наскальные рисунки, относящиеся к бронзовому веку, каменные изваяния тюркского периода и мавзолеев эпохи казахско-джунгарских войн. В селе Шабанбай Би в домах жителей туристам предлагается проживание и возможность познакомиться с сельским бытом и блюдами казахской национальной кухни [6].

«Оазисы казахских степей»: горы Каркаралы и Кент, объединенные в пределах национального природного парка, являются одним из наиболее популярных мест отдыха у жителей Центрального Казахстана. Это разнообразный животный и растительный мир. Под охраной находятся редкие и исчезающие виды фауны – архар, черный аист, беркут, филин, орел-карлик и степная гадюка. Встречаются маралы, кабаны, косули и лоси. Из растений наиболее интересны барбарис каркаралинский, сфагнум гладкий, береза киргизская, мак тоненький и адонис весенний. Посещение пещеры древнего человека в ущелье Маликсай, руин буддистского монастыря Кызылкент, священного камня Аулие тас, родника Домалактас, осмотр долины царских курганов Талды и галереи наскальных рисунков делают путешествие незабываемым [7].

«Сакральная Сарыарка»: музей археологии и этнографии Карагандинского университета; каменные ограды некрополей Кызылтау, Сенкибай 2 и курганы могильника Бада (II тыс. до н.э.); степная «пирамида» Каражартас; «царские» курганы сакской эпохи (I тыс. до н.э.); курган с «усами» Аккезен; реконструированное жилище эпохи поздней бронзы поселения Аккезен; тюркские каменные изваяния на средневековых курганах; мавзолей влиятельного бия (судьи) и батыра Сенкибая (1709–1786 гг.); горные массивы Кызылтау, долина реки Талды; Спасский мемориальный комплекс [8].

Для успешного развития экскурсионного туризма необходима организационная и финансовая помощь государства. Активизация экскурсионного туризма, формирование спроса на экскурсии, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, невозможно без активного воздействия рекламы. В данной ситуации это должно стать составной частью государственной политики в области развития туризма. Поэтому в настоящее время актуальность экскурсионного туризма как сферы услуг не вызывает сомнения. Согласно Государственной программе развития туристской отрасли на 2019–2025 гг. одно из направлений дальнейшего развития туристической отрасли Казахстана – это усиление контроля за деятельностью гидов-переводчиков и экскурсоводов с внедрением обязательных механизмов их сертификации по опыту стран Европейского союза.

Библиографический список

1. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма / под ред. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 383 с.
2. Максименко, С. В. Туризм в Казахстане / С. В. Максименко. – Алматы, 2006.
3. Шакина, Ж. М. Оценка показателей экскурсионного туризма в Республике Казахстан / Ж. М. Шакина // Вестник КарГУ. Серия «Экономика». – № 2. – 2013. – С. 55–67.
4. Древние памятники Сарыарки / Сост. А. Бейсенов. – Алматы : Эдельвейс, 2007.
5. Кузнецова Е. Карлаг: пространство и судьбы / Е. Кузнецова, Э. Усманова, Н. Кочегарова. – Караганда : Tengri LTD, 2013.
6. Бедельбаева, М. В. Природные и историко-археологические памятники Кызыларайских гор как объект устойчивого туризма / М. В. Бедельбаева // Политико-экономические вопросы современности: новые возможности устойчивого развития. – Караганды, 2020. – С. 302–308.
7. Жауымбаев, С. У. По следам древних скотоводов и металлургов Каркаралинско-Кентского горного массива. Путеводитель для этнотуристических маршрутов / С. У. Жауымбаев, В. В. Евдокимов, А. И. Кукушкин [и др.]. – Караганды, 2017.
8. Памятники истории и культуры Талдинского историко-археологического парка. – Караганда, 2021. – 141 с.

УДК: 379.8

Кинотуризм как перспективный вид культурно – познавательного туризма в Республике Саха (Якутия)

Халгаева Александра Васильевна

студент, кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

Северо-Восточный федеральный университет, г. Якутск

akhalgaeva99@mail.ru

Научный руководитель - Чиряева Карина Степановна, старший преподаватель кафедры социально культурного сервиса и туризма в Северо-восточном федеральном университете им М. К. Аммосова

Аннотация. В статье рассмотрен кинотуризм как вид культурно-познавательного туризма, его понятие, перспективы развития в Республике Саха (Якутия). Чтобы подробнее раскрыть тему, приведены примеры из мирового опыта. Феномен якутских фильмов, разбор темы.

Ключевые слова: туризм, культурно-познавательный туризм, кинотуризм, якутское кино.

Film tourism as a promise type of cultural and educational tourism in the Republic of Sakha (Yakutia)

Khalgaeva Alexandra

*student, Department of Socio-Cultural Service and Tourism,
North-Eastern Federal University, Yakutsk
akhalgaeva99@mail.ru*

Annotation. The article considers film tourism as a type of cultural and educational tourism, its concept, prospects for development in the Republic of Sakha (Yakutia). To expand the topic in more detail, examples from world experience are given. The phenomenon of Yakut films, analysis of the topic.

Keywords: tourism, cultural and educational tourism, film tourism, Yakut cinema.

На сегодняшний день туризм является одним из динамично развивающихся отраслей экономики страны. К тому же, она стимулирует развитие смежных отраслей: торговли, строительства, сельского хозяйства, также модернизации инфраструктуры региона и многое другое. Все это делает туризм приоритетной социально – экономической задачей государства.

В современной индустрии отдыха культурно-познавательный туризм является одним из основных видов туризма. Культурно-познавательный туризм – это путешествие, с целью получения новых знаний, саморазвития, самообразования, ознакомления с культурой, обычаями, искусством и т.п.

Кинотуризм как вид культурно-познавательного туризма пользуется большой популярностью во всем мире. Важно учесть, что кинотуризм, это не только посещение локаций, где снимали кинофильм, но и различные кинофестивали, посещение премьер и т.п. Фильмы, съемки которых проходили в реальных локациях, а не в павильонах, могут стать толчком к возникновению спроса на определенную страну, регион. Например, Великобритания, где снимали «Гарри Поттера» и «Шерлока» привлекает множество фанатов-туристов со всего мира.

Для некоторых стран за границей кинотуризм уже давно получил широкое распространение, как вид туризма. Вот несколько кинотуров, притягивающие множество туристов ежегодно:

1. Новая Зеландия. Хоббитон – специально обустроенная территория, впоследствии ставшая самой популярной локацией в кинотуризме. Там снимали знаменитые трилогии Джона Рональда Руэла Толкиена «Властелин колец» и «Хоббит» [2].

2. Великобритания. Путешественники активно посещают замок Хайклер в Гэмпшире, где снимали сериал «Аббатство Даунтон», замок Дун (Винтерфелл), где происходили действия из сериала «Игра престолов», а также Лондон как центр притяжения для фанатов «Гарри Поттера» и «Шерлока Холмса».

3. Тунис. Знаменитая космическая опера Джорджа Лукаса «Звездные войны» снималась в пустыне в Тунисе, а именно отель «Сиди эль Дрисс» в городе Матмата, где Усадьба Ларсов обеспечивает стране постоянный поток туристов со всей Земли [3].

4. Нью-Йорк. Город, где было снято неисчислимое количество шедевров киноиндустрии: кафе «Друзья», «Человек Паук», «Один дома 2», «Ночь в музее» и т.п. Самыми известными кинолокациями города являются: Эмпайр Стэйт Билдинг, отель Плаза, Централ парк, дом 727 по Пятой авеню из к/ф «Завтрак из Тиффани».

Представленные выше кинотуры являются самыми популярными и востребованными турами во всем мире. Кинотуризм может положительно повлиять на развитие туризма в

стране в целом, съемки фильма являются своего рода рекламой и могут обеспечить огромный приток туристов на протяжении нескольких лет.

«Феномен киноиндустрии последних лет» - именно так отзываются о якутских фильмах в медиа индустрии. Многие картины якутской кинематографии участвуют в международных фестивалях: «Золотой глобус», «Кинотавр», «Московский международный кинофестиваль», также недавно фильм Максима и Евгении Арбугаевых – «Выход» был номинирован на премию «Оскар». Так в чем же ажиотаж вокруг якутских фильмов? Чем он так притягивает кинокритиков?

Мифология, легенды, особенности самобыта северян, их культурного этноса – все это в сюжете фильма и это помогает зрителям ощутить себя на их месте, узнать новую историю, такую отличительную от всех остальных, это история целого народа, сотканная из повседневной жизни якутян. Якутские фильмы заменяют зрителю путешествие в такой далекий край, как Якутия, помогают ощутить их холод, этнографию, богатство культуры, события.

Так почему бы не предложить местному населению республики такой же кинотур по шедеврам якутской кинематографии. Есть множество достойных фильмов, которые заслуживают внимания и думаю будут популярны среди населения. Среди них в частности можно выделить: «Иччи», «Кэскил», «Конул боотурдар», «Кэрэни корбут», «Тыгын Дархан», «Выход», «Пугало», «Царь-птица» и т. д.

К тому же, такой тур будет интересен не только кинофанатам, но и тем, кто хочет увидеть красоты Якутии, а также людям творческим – кинорежиссерам, сценаристам, которые в будущем могут присмотреться к территории и выбрать нашу республику как локацию съемки фильма.

Кинотуризм как вид культурно-познавательного туризма возник благодаря интересу людей местам съемок кино. Это направление туризма является новым и определенно имеет хорошие перспективы в нашей республике. Кинотуризм является достаточно эффективным способом продвижения дестинации, кроме того, он предоставляет возможности для развития новых продуктов, киномузеев, фестивалей, мероприятий, туров по местам съемок кинолент, а также показов уже существующих достопримечательностей с привязкой к фильму.

Библиографический список

1. Белова, Е. А. Кинематографический туризм в России / Е. А. Белова // Вестник Московского университета. Серия 5: География. – 2018. – № 3. – С. 96–99.
2. История кино: как развивался кинематограф в России // Культура.рф : [сайт]. –2020. – URL: https://www.culture.ru/s/god_kino/ (дата обращения: 03.04.2023).
3. Тур в Новую Зеландию: По следам «Властелина Колец» // «Неизведанный Мир» : [сайт]. – URL: https://wildrussia.travel/tur-v-novuyu-zelandiyu-po-sledam-vlastelina-kolec_ (дата обращения: 03.04.2023).
4. Где снимали Звездные войны: экскурсия в Тунисе // Shagau.ru : [сайт]. – URL: <https://shagau.ru/2020/02/27/gde-snimali-zvezdnye-voiny-ekskursiya-v-tunise> (дата обращения: 03.04.2023).

Кластерный подход как метод актуализации устойчивого развития территории**Цаплин Тимофей Александрович**

*студент 3 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм»,
ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный
университет имени Н. Г. Чернышевского», Россия, г. Саратов
azalean2002@mail.ru*

*Научный руководитель - Королева Оксана Владиславовна, кандидат исторических наук,
доцент кафедры туризма и культурного наследия ФГБОУ ВО «Саратовский национальный
исследовательский государственный
университет имени Н. Г. Чернышевского», Россия, г. Саратов*

Cluster approach as a method of actualization of sustainable development of the territory**Tsaplin Timofey**

*3rd-year bachelor student of the degree «Tourism», Saratov State University,
Russian Federation, Saratov
azalean2002@mail.ru*

Аннотация. В статье поднимается вопрос актуализации создания туристских кластеров с учетом критериев устойчивого развития территории. Проводится сравнительный анализ конкурентного ромба М. Портера с классификацией принципов устойчивости с целью доказать эффективность их «коллораации» для развития туризма. Приводятся примеры создающихся туристских кластеров на территории России и производится оценка их соответствия критериям устойчивого развития и ромба конкурентных преимуществ М. Портера.

Ключевые слова: туристско-рекреационный кластер, кластеризация, устойчивое развитие территории, устойчивый туризм.

Abstract. The article raises the issue of actualization of the creation of tourist clusters taking into account the criteria of sustainable development of the territory. A comparative analysis of M. Porter's competitive diamond with the classification of sustainability principles is carried out in order to prove the effectiveness of their «collaboration» for the development of tourism. Examples of tourist clusters being created on the territory of Russia are given and their compliance with the criteria of sustainable development and the diamond of competitive advantages of M. Porter is assessed.

Keywords: tourism and recreation cluster, clustering, sustainable development of the territory, sustainable tourism.

В настоящее время возрастающая конкуренция субъектов рынка оказывает значительное влияние на развитие национальной экономики. Политико-экономическая ситуация и научно-технический прогресс приводят к глобальным изменениям в мире, что в свою очередь, обуславливает потребность в поиске новых решений в социально-экономическом развитии страны и ее региональных структур. Поэтому разработка и реализация указанных решений должны быть одним из важных факторов в обеспечении конкурентоспособности каждого из регионов.

Данное положение в полной мере распространяется на индустрию туризма, занимающего все более весомое место в экономике страны в целом и ее регионов. В этой связи актуализируется потребность в проведении экономических исследований в области регионального туризма как фактора устойчивого социально-экономического развития региона. К числу перспективных направлений в этих исследованиях относится формирование и развитие так называемых туристско-рекреационных кластеров. Они

способны выступить эффективным драйвером повышения конкурентоспособности экономики различных регионов России посредством активного строения на их территории туристской инфраструктуры, имеющей свою особую специфику, обусловленную особенностями к той или иной местности. В свою очередь, идентичность помогает регионам сформировать лояльность потенциальных потребителей и стать востребованным направлением на рынке туристских услуг, улучшая свои экономические показатели благодаря увеличивающемуся туристскому потоку.

Стоит отметить, что Всемирная туристская организация определяет туристский регион как «инфраструктурно наполненную» территорию, составляющую из многообразия городов и располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха и предлагающихся туристам и производителям услуг, обеспечивая при этом рост экономических показателей дестинации от туристской сферы [1, 341]. Данное утверждение свидетельствует о том, что туристский регион выступает как цель путешествия, туристский продукт и конкурентоспособный субъект, который «продаёт» себя его потенциальным посетителям. Поэтому ключевая цель региона как конкурентной среды для развития туризма – это обеспечение конкурентоспособности на длительный период, зависящей от таких показателей, как социально-экономическая система, государственные интересы в развитии туризма, благоприятная среда для создания бизнеса, заинтересованность населения, наличие и состояние всех необходимых ресурсов, экологическая обстановка и уровень технологического оснащения дестинации [2, 55]. Каждый из этих показателей согласуется с критериями устойчивого развития территории, помимо этого способствуя активному построению концепции формирования кластеров в туристских регионах России.

Поэтому цель данной работы — показать эффективность создания туристского кластера как способа актуализации устойчивого развития социально-экономических систем территории.

Сначала необходимо ознакомиться с ключевыми понятиями работы — «туристско-рекреационный кластер» и «устойчивое развитие территории».

Так, туристско-рекреационный кластер представляет собой особую форму территориальной организации предприятий (резидентов кластера), принимающих участие в производстве комплексного турпродукта.

В свою очередь, понятие «кластер» рассматривается как система, способная создать особую инновационную среду, благоприятствующую повышению конкурентоспособности каждого предприятия и развитию территории в целом.

Объединяя выше рассмотренные понятия в одно целое, можно сказать, что туристско-рекреационный кластер — комплекс сконцентрированных по территориальному признаку взаимосвязанных организаций, взаимодополняющих и синергетически усиливающих конкурентные преимущества друг друга, повышающих тем самым туристский поток на определённую территорию и в регион в целом [3].

Под устойчивым развитием территории понимаются мероприятия, основанные на гармонизации социальной, экономической и экологической подсистем и нацеленные на поиск способов удовлетворения потребностей настоящего и будущего поколений.

Кроме того, кластеры функционируют в определенной экономической обстановке (среде), от которой во многом зависит их конкурентоспособность. Она оказывает разное воздействие на кластеры, в одних случаях препятствуя их развитию, в других, наоборот, способствуя росту. Влияние экономической ситуации на развитие туристских кластеров можно раскрыть с помощью конкурентного ромба М. Портера, на который как раз и опирается весь кластерный туристский подход [4]. Поэтому в целях более грамотной демонстрации сходства и эффективности взаимодействия элементов кластерного подхода и принципов устойчивости развития региона автором была составлена таблица, проводящая аналогию четырёх сил ромба конкурентных преимуществ М. Портера и критериев устойчивого развития территории (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнение четырёх сил ромба конкурентных преимуществ М. Портера и критериев устойчивого развития территории

Элементы конкурентных преимуществ М. Портера	Критерии устойчивого развития территории
<p>Условия для факторов производства. Обеспеченность природными и культурными туристскими ресурсами, планирование их устойчивого использования, уровень развития туристской инфраструктуры, экологической безопасности, доступ к современным технологиям.</p>	<p>Группа «Расширение экономических благ для территории пребывания». Внутренняя подгруппа: 1. вклад туристско-рекреационного комплекса в экономику; 2. уровень конкурентоспособности территории; 3. степень туристского инфраструктурного развития, его качество и количество. Внешняя подгруппа: 1. уровень экономического подъема территории; 2. уровень развития территориальной среды; 3. экономический вклад в туристско-рекреационный комплекс.</p>
<p>2. Состояние спроса. Количественные и качественные параметры спроса на туристский продукт: объем и всесезонность туристских потоков, демографические и социально-экономические характеристики туристов, страны (районы) их происхождения, степень удовлетворенности предложенным туристским продуктом, его безопасностью, образ туристской территории у посетителей, развитие уровня доступности для различных категорий граждан.</p>	<p>Группа «Расширение социальных преимуществ для местных сообществ, посетителей и объектов культурного наследия». Внутренняя подгруппа: 1. степень безопасности территории для местных сообществ и потенциальных туристов; 2. доступность туризма; 3. положительная динамика вовлечённости местных жителей в сферу туризма; 4. всесезонный спрос на туристский продукт. Внешняя подгруппа: 1. качество жизни населения территории; 2. карьерные возможности и перспективы; 3. степень поддержки местных предпринимателей; 4. уровень потребления туристских товаров и услуг</p>
<p>3. Устойчивая стратегия, структура и конкуренция — общеэкономический контекст, в котором работают компании, острота конкурентной борьбы между поставщиками туристских услуг, наличие у компаний согласованной стратегии ее ведения, экономическая политика, развитие уровня к капитальным и качественным трудовым ресурсам, в качестве которых способны выступить местные жители, местные производства, этнические поселения</p>	<p>Группа «Максимизация выгод для экологии и минимизация негативного влияния на окружающую среду». Внутренняя подгруппа: 1. уровень мониторинга экологической обстановки; 2. вовлечённость региона в использование экологических продуктов, материалов, транспорта и услуг. Внешняя подгруппа: 1. экологическое состояние территории; 2. сохранность природной среды.</p>
<p>4. Родственные и поддерживающие отрасли. Наличие или отсутствие конкурентоспособных поставщиков и родственных отраслей.</p>	<p>Группа «Уровень технологического развития, гармонично вписывающегося в территориальное пространство и не противоречащего вышеперечисленным условиям». Внутренняя подгруппа: 1. внедрение новых технологий в территориальное пространство; 2. наличие современных инфраструктурных объектов. Внешняя подгруппа: 1. уровень научно-технического прогресса территории; 2. расширение информационного доступа туристов к перечню туристских услуг.</p>

Исходя из таблицы, можно выяснить, что первый элемент ромба «Условия для факторов производства» отвечает на вопрос – «Что должно быть на территории туристского кластера?» – основные инфраструктурные и технические составляющие, отстраивающие его основу и формирующие первые предпосылки заинтересованности потребителей в нём.

Первому элементу ромба соответствуют критерии устойчивости групп «Максимизация выгод для экологии и минимизация негативного влияния на окружающую среду» и «Уровень технологического развития, гармонично вписывающегося в территориальное пространство и не противоречащего вышеперечисленным условиям», поскольку можно увидеть. В обоих случаях прослеживается тема создания экологической и инновационно-технической инфраструктуры для создания туристского кластера. Также стремление в использовании экологических продуктов, материалов, транспорта и услуг и формирование информационного доступа туристов к их перечню стимулирует рост заинтересованности потенциальных потребителей в посещении создающегося кластера.

Второй элемент ромба под названием «Состояние спроса» отвечает на вопрос «Какие потребности должен удовлетворять туристский кластер и каким образом это необходимо сделать?». Большое значение в данном элементе ромба играет непосредственно сам потребитель и то, в каком количестве и на каком уровне качества должны быть предоставлены те или иные услуги с целью получения наивысшей степени удовлетворённости от них.

Со вторым элементом ромба коррелируется внутренняя подгруппа классификации устойчивого развития территории «Расширение социальных преимуществ для местных сообществ, посетителей и объектов культурного наследия», которая акцентирует внимание на потребностях, на удовлетворение которых ориентирован туристский кластер.

Третий элемент ромба «Устойчивая стратегия, структура и конкуренция» отвечает на вопрос «Какая должна быть экономическая среда на территории туристского кластера?», затрагивая рабочие процессы, кадровые особенности, стремление к деловой конкуренции поставщиков туристских услуг, а также экономической эффективности от конкурентной борьбы для туристских предприятий.

Поэтому третьему элементу ромба может подойти внешняя подгруппа «Расширение социальных преимуществ для местных сообществ, посетителей и объектов культурного наследия». Критерии данной подгруппы и элементы ромба «Устойчивая стратегия, структура и конкуренция» будут иметь своеобразную причинно-следственную связь, поскольку развитая экономическая политика, согласованная стратегия ведения конкуренции и все трудовые процессы поставщиков услуг будут приводить к таким результатам, как расширение карьерных возможностей и перспектив развития бизнеса, рост поддержки местных предпринимателей и уровня потребления их туристских товаров и услуг. Это приведёт к увеличению доходов местных предпринимателей, спроса на их продукцию и повышению качества жизни.

Четвёртый элемент ромба «Родственные и поддерживающие отрасли» отвечает на вопрос «Как должна осуществляться работа поставщиков туристских услуг друг с другом на территории кластера?». Он отражает важность взаимосвязи, «сплочённости» и целостности работы каждого поставщика туристских услуг между собой, что приведёт к созданию более выгодного экономического развития и для них, и для территории в целом.

Четвёртый элемент ромба можно соотнести с группой классификации устойчивого развития территории «Расширение экономических благ для территории пребывания», поскольку, например. Во внутренней подгруппе «Расширение экономических благ для территории пребывания» вклад туристско-рекреационного комплекса в экономику, уровень конкурентоспособности территории, степень туристского инфраструктурного развития, его качество и количество обеспечивается именно за счёт «поддерживающих друг друга» туристских предприятий, находящихся на территории кластера и принимающих совместное участие в производстве комплексного туристского продукта. В свою очередь, внешняя

подгруппа «Расширение экономических благ для территории пребывания» также имеет причинно-следственную связь с элементом ромба «Родственные и поддерживающие отрасли», так как благодаря их слаженной работе будет повышаться уровень экономического подъема территории, уровень развития территориальной среды и экономический вклад предприятий в туристско-рекреационный кластер.

Проведённый анализ понятий и сравнение четырёх сил ромба конкурентных преимуществ М. Портера с критериями устойчивого развития территории свидетельствуют о том, что они дополняют друг друга и тесно связаны между собой, поскольку они направлены на повышение экономического благосостояния территории с помощью построения выгодной для всех сторон туристской среды и превалирования позитивного влияния на экономическую, социально-культурную, природную, технологическую и институциональную подсистемы над негативным.

Подводя итоги данной работы, следует заключить, что в эпоху глобализации эффективными, конкурентоспособными формами бизнеса в туристско-рекреационной сфере выступают региональные формирования кластерного типа, которые способны грамотно интегрировать внутренние и внешние интеллектуальные и финансовые ресурсы. Региональный туристско-рекреационный кластер является феноменом, где взаимодействуют человеческие ресурсы, природные факторы и инновационные технологии, которые, как было выявлено, демонстрируют взаимосвязь между реализацией кластерной политики и устойчивым развитием территории, учёт особенностей которых позволит спроектировать туристский кластер, эффективный с позиции достижения основных координат устойчивости. Поэтому развитие туристско-рекреационных кластеров с учетом принципов устойчивого развития территории будет содействовать структурно-инвестиционным преобразованиям экономики в целом, укреплять экономическое положение региона и его местных жителей, создавать благоприятные условия для роста экологического сознания и распространения инноваций.

Библиографический список

1. Ковалев, Ю. П. Особенности создания концепции формирования локальных туристских кластеров/ Ю.П. Ковалев // Туризм и региональное развитие: сб. науч. статей. – Смоленск, 2014. – С. 54–62.
2. Пелевина, Н. А. Кластерный подход к обеспечению развития туристско-рекреационной сферы региона / Н. А. Пелевина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – С. 340–344.
3. Создание концепции туристского кластера // DEWIS : [сайт]. – URL: <https://dewis.ltd/blog/sozdanie-kontseptsii-turistskogo-klastera> (дата обращения: 15.03.2023).
4. Туристские кластеры // СВ-Астур : [сайт]. – URL: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/turistskie-klastery.html> (дата обращения: 16.03.2023).

УДК:338.48

Агротуризм и его развитие на территории Алматинской области

Тохтарова Гульшат

4 курс, специальность 6В11101 – «Туризм»,

Международный инженерно-технологический университет

tokhtarovag@list.ru

Научный руководитель - Жансагимова Аягоз Ержановна, профессор, кафедра «Экономика и бизнес», PhD, Международный инженерно-технологический университет

Аннотация. В статье предлагаются преимущества использования агротуризма для развития сельского туризма и аграрного сектора и его развития. Кроме того, развитие

сектора агротуризма, который использует существующие туристические ресурсы региона, оказывает значительное влияние на экономические показатели региона. Такая тенденция подтверждается также и тем, что все чаще в туристической сфере объектом исследования становится агротуризм, однако сегодня государственная деятельность не концентрирует свою внимание на тенденциях развития сельского туризма, активное функционирование которого могло бы значительно улучшить, как состояние туризма, так и социально-экономическое положение сельской местности в селах Казахстана. С экологической точки зрения агротуризм может помочь сохранить окружающую среду, экосистемы и сельскохозяйственные угодья и свести к минимуму ущерб окружающей среде. С социокультурной точки зрения агротуризм помогает сохранить культурное наследие в сельской местности, повысить социальный статус фермеров и расширить возможности сельского населения. Развитие агротуризма и его положительные эффекты могут ускорить процесс диверсификации сельских районов. В статье также освещается ряд общих проблем, которые чаще всего препятствуют развитию агротуризма, в том числе проблемы стратегического планирования, нехватка финансовых и людских ресурсов, отсутствие надлежащей подготовки и воспитания, недостаток профессионализма. Заявлено, что на государственном уровне следует активно проводить политику поощрения и раскрутки агротуризма как наиболее перспективной формы предпринимательства в сельской местности. Использование потенциала агротуризма в современных условиях децентрализации управления приведет к социально-экономическому развитию региона за счет увеличения доходов местных бюджетов, повышения инвестиционной привлекательности, увеличения занятости населения, особенно в сельских преимущественно депрессивных районах, сохранения ландшафта или его позитивного изменения, исторического наследия.

Ключевые слова: агротуризм, сельский туризм, экономика, сельское хозяйство, предпринимательская деятельность.

Agrotourism and its development in the territory of Almaty region

Tokhtarova Gulshat

4 course, specialty 6B11101 – «Tourism»,

International University of Engineering and Technology

tokhtarovag@list.ru

Abstract. The article offers the advantages of using agrotourism for the development of rural tourism in the Almaty region. In addition, the development of the agrotourism sector, which uses the existing tourist resources of the region, has a significant impact on the economic performance of the region. This trend is also confirmed by the fact that agrotourism is increasingly becoming the object of research in the tourism sector, but today state activity does not focus on the trends in the development of rural tourism, the active functioning of which could significantly improve both the state of tourism and the socio-economic situation of rural areas in the villages of Kazakhstan. From an environmental point of view, agrotourism can help conserve the environment, ecosystems and farmland and minimize environmental damage. The development of agrotourism and its positive effects can accelerate the process of rural diversification. The article also highlights a number of common problems that most often hinder the development of agrotourism, including problems of strategic planning, lack of financial and human resources, lack of adequate training and education, lack of professionalism. It is stated that at the state level the policy of promotion and promotion of agrotourism as the most promising form of entrepreneurship in rural areas should be actively pursued. The use of agrotourism potential in modern conditions of decentralization of management will lead to socio-economic development of the region by increasing the income of local budgets, increasing investment attractiveness, increasing employment of the population, especially in rural mostly depressed areas, preserving the landscape or its positive change, historical heritage.

Keywords: agrotourism, rural tourism, economy, agriculture, entrepreneurial activity.

Введение. В условиях нестабильной ситуации развития рыночной экономики края туристическая сфера становится важной и приоритетной социально-экономической звеном. Одним из современных направлений в туристической сфере является агротуризм. Агротуризм использует избыточную рабочую силу, капитал, землю и природные ресурсы и требует немного больше капитала. Стратегия управления рисками заключается в продвижении агротуризма на ферме. Сельский туризм способствует повышению осведомленности о сельском хозяйстве и продвижению новых сельскохозяйственных продуктов. Эта тенденция также подтверждается тем фактом, что агротуризм становится все более и более предметом исследований в области туризма, но сегодняшняя национальная деятельность не обращает внимания на тенденции развития сельского зеленого туризма. Агротуризм в Казахстане - динамично развивающийся вид деятельности на сельскохозяйственных территориях страны. В настоящее время этот вид отдыха еще не приобрел большой популярности среди казахстанских туристов, как, например, в европейских странах, но с каждым годом он становится все более популярным. Алматинская область в Казахстане богата сельским хозяйством и имеет много возможностей для агротуризма. В этой статье мы рассмотрим классификацию агротуризма, отечественный опыт развития туристической отрасли, проблемы и пути ее развития, а также проанализируем опыт Алматинской области.

Цель работы: раскрыть содержание понятия «агротуризм» и определить основные критерии классификации такого туризма; проанализировать основные перспективы развития туризма в Алматинской области Республики Казахстан.

Алматинская область - одна из крупнейших в Казахстане (площадь территории составляет 224 000 км). Он состоит из 16 районов и трех городов областного подчинения. (Талдыкорган, Текели и Капшагай). Население региона составляет почти 2 миллиона человек [1]. Регион обладает большим потенциалом для развития агротуризма и имеет много возможностей для агротуризма. Регион имеет долгую историю сельского хозяйства, восходящую к периоду неолита. Первые поселенцы в этом регионе занимались натуральным хозяйством, выращивая такие культуры, как пшеница, ячмень и просо.

Важна близость к Алматы, густонаселенному мегаполису. Растущее желание жителей мегаполисов отдыхать на лоне природы, приобщаться к сельскому образу жизни, потреблять экологически чистые продукты питания, полученные в результате органического земледелия, а также знакомиться с национальными культурами и традициями - все это способствует активному развитию этого вида туризма. Многопрофильность аграрного сектора Алматинской области привлекает жителей мегаполисов, уставших от привычной городской суеты не только отдыхом в сельской местности, но и тем, кто интересуются деревенской жизнью и обычаями [2]. Алматинская область может предоставить широкий спектр агротуристических услуг, включая агро-гостеприимство, агроастрономию, собственно агротуризм, прямые продажи, агротуризм, агроспорт, агро-развлечения, агротерапию и агроэтнографию[3].

Агротуризм можно определить как совокупность отношений и явлений, возникающих во время поездок людей и пребывания на функционирующем сельскохозяйственном предприятии, которое организуется владельцами предприятия с использованием как собственных ресурсов, так и туристических достопримечательностей на периферии. Это один из видов сельского туризма. Концепция агротуризма рассматривается в различных формах в литературе, связанной с туризмом и развитием сельских районов, без единого мнения о его различных видах деятельности. Агротуризм часто известен как туристическая ферма, ферма для отдыха, фермерский туризм и сельский туризм [2]. В зависимости от эпистемологических рамок разные авторы определяли сельскохозяйственный туризм с разных точек зрения, однако отсутствие общего определения ограничивало разработку

эффективной политики поддержки сельскохозяйственного туризма. Другими словами, любое действие или услуга, которые создаются на фермах и в садах для привлечения посетителей, включают в себя различные мероприятия, такие как экскурсии, ночевки, специальные мероприятия и фестивали, магазины на ферме, охоту, наблюдение за птицами, пешие походы, верховую езду и многое другое,

Такие демографические факторы, как рост населения, его неравномерная плотность и концентрация в крупных городах (урбанизация) приводят к увеличению туристического потенциала, попытке оказаться в менее людных местах. Большую роль играют такие факторы, как, близость к транзитным путям и странам, поставляющим туристов, удаленность от «горячих» точек планеты. На формирование мировых туристических потоков активно влияет соотношение уровней социально-экономического развития разных стран. На развитие агротуризма может повлиять несколько факторов, в том числе:

- бесспорное очарование сельской территории и ее ценностей для жителей городов, для которых деревня-это бегство от толпы и промышленности;
- появление моды на отдых в натуральной среде;
- развитие транспорта, что дает возможность быстрого и легкого доступа туристов в отдаленные территории с чистой средой;
- большую доступность этого вида отдыха для лиц с небольшими доходами;
- традиции деревенского гостеприимства, декоративные элементы, местная кухня с типичными, деревенскими блюдами, запахами и вкусами.

В Казахстане агротуристическая индустрия относительно нова, но она быстро развивается. Правительство признало потенциал туризма как источника дохода и проводит политику, направленную на поддержку его развития. Правительство также выдвинуло несколько инициатив по развитию агротуризма в стране.

Одной из наиболее успешных инициатив является программа «Сельский туризм», которая была запущена в 2012 году [4]. Программа направлена на развитие сельских районов и продвижение практики устойчивого туризма. Программа была успешной в привлечении посетителей в сельские районы и создала новые рабочие места для местных жителей.

Еще одной успешной инициативой является «Стратегия развития индустрии туризма до 2030 года», которая была принята в 2019 году. Стратегия направлена на увеличение числа туристов, посещающих Казахстан, до 10 миллионов в год к 2025 году и до 30 миллионов к 2030 году [4]. Стратегия направлена на разработку новых туристических продуктов, улучшение инфраструктуры и продвижение практики устойчивого туризма.

Стоит отметить, что Управлением туризма был организован пакет обучающих курсов и тренингов для сотрудников пунктов размещения и питания в Талгарском районе, г. Каскелен, г. Талдыкорган и г. Капшагай. Также в Райымбекском районе прошли курсы для гостиниц и гидов-экскурсоводов. По информации управления, в 2017 году зарегистрировано 680 мест размещения туристов, где отдохнуло 1,5 млн. человек.

Несмотря на усилия правительства по развитию туризма, существует ряд проблем, которые необходимо решить. Одной из основных проблем, с которыми сталкивается агротуризм в Алматинской области, является отсутствие инфраструктуры и удобств. Во многих сельских районах отсутствуют основные удобства, такие как хорошие дороги, электричество и водоснабжение, что затрудняет туристам доступ к этим районам и пользование ими. Кроме того, в регионе не хватает надлежащих средств размещения, таких как отели, гостевые дома и лоджи, что препятствует росту туризма. Туристы также обеспокоены качеством и безопасностью продуктов питания и воды в сельской местности, что часто влияет на их решение посетить эти места. Чтобы решить эти проблемы, правительству необходимо инвестировать в развитие инфраструктуры и обеспечить стимулы для инвестиций частного сектора в индустрию туризма. Это может включать строительство новых дорог, обеспечение электроснабжения и водоснабжения, содействие строительству новых жилых помещений и повышение стандартов безопасности пищевых продуктов и гигиены.

Еще одной проблемой, с которой сталкивается агротуризм в Алматинской области, является нехватка подготовленных человеческих ресурсов. Многим сельским общинам не хватает необходимых навыков и знаний для предоставления посетителям высококачественных туристических услуг. Это включает в себя такие навыки, как гостеприимство, приготовление пищи и руководство. Кроме того, местные жители не владеют языками, что затрудняет им эффективное общение с иностранными туристами. Чтобы решить эту проблему, правительству необходимо инвестировать в программы обучения и наращивания потенциала местных сообществ. Это может включать в себя обучение навыкам гостеприимства, кулинарии, гидирования и языковым навыкам, а также содействие развитию местных культурных и исторических знаний.

Деградация окружающей среды и изменение климата также являются серьезными проблемами, с которыми сталкивается агротуризм в Алматинской области. Природные ресурсы региона уязвимы к деградации окружающей среды, включая обезлесение, загрязнение и эрозию почв, что может повлиять на качество туристических впечатлений. Кроме того, изменение климата влияет на погодные условия региона, приводя к непредсказуемым погодным условиям, которые могут повлиять на туристическую деятельность. Чтобы решить эти проблемы, правительству необходимо поощрять практику устойчивого туризма, включая экотуризм, который может помочь сохранить природную среду, принося экономические выгоды местным сообществам. Кроме того, правительству необходимо разработать и внедрить стратегии адаптации к изменению климата для смягчения последствий изменения климата для индустрии туризма.

Многие туристы не знают о потенциале региона в области агротуризма и впечатлений от сельской местности, что ограничивает рост отрасли. Чтобы решить эту проблему, правительству необходимо разработать эффективные стратегии маркетинга и продвижения для повышения осведомленности о туристическом потенциале региона. Это может включать разработку комплексного туристического веб-сайта, продвижение региона через социальные сети, участие в туристических ярмарках и мероприятиях, а также сотрудничество с туристическими агентствами и туроператорами.

Наконец, отсутствие координации и сотрудничества между заинтересованными сторонами также является серьезной проблемой, с которой сталкивается агротуризм в Алматинской области. Многие местные сообщества, туристические операторы и государственные учреждения действуют изолированно, что ограничивает эффективность усилий по развитию туризма. Чтобы решить эту проблему, правительству необходимо содействовать координации и сотрудничеству заинтересованных сторон, включая развитие туристических кластеров и сетей. Это может помочь наладить прочные партнерские отношения между заинтересованными сторонами, способствовать обмену знаниями и способствовать

Для решения этих проблем правительство и туристическая индустрия могут предпринять несколько мер. Одной из мер является инвестирование в инфраструктуру в сельских районах, например, в улучшение дорог и строительство жилых помещений. Другой мерой является организация обучения фермеров и других сельских жителей, чтобы помочь им управлять деятельностью в области агротуризма. Правительство и туристическая индустрия также могут запускать рекламные кампании по продвижению агротуризма в стране.

Заключение. В заключение можно сказать, что агротуризм в Алматинской области потенциально может внести значительный вклад в местную экономику, сохраняя при этом культурное наследие региона и природную красоту. При правильной политике, инвестициях и партнерских отношениях сектор может продолжать расти и предоставлять уникальные впечатления посетителям со всего мира.

Библиографический список

1. Encyclopedia of Almaty. Almaty region (2014) // Almaty encyclopedia, Internet agency «Panther» : [website]. – URL: [http://almatykala.info/geography/ amatinskaya-obast.html](http://almatykala.info/geography/amatinskaya-obast.html) (date of access: 31.08.2017).
2. Erdavletov, S. R. To the Question of the concept of agrotourism and its functions / S. R. Erdavletov, U. T. Koshkimbaeva // Mir travel. Almaty. – 2011. – № 5 (16). – P. 11–17.
3. Program for the development of the Almaty region for 2016-2020 : Decree № 1378 of the Government of the Republic of Kazakhstan of December 24, 2014. – URL: <http://priroda.zhetisu.gov.kz/pages/67/> (date of access: August 31, 2017).
4. Стратегия туризма ЦАРЭС до 2030 // Азиатский банк развития. – 2020. –URL: <https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/668406/carec-tourism-strategy-2030-ru.pdf> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК: 338.48

Развитие экологического туризма в современных условиях

Потапова Лия Евгеньевна

*магистр факультета «Туризм», Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Институт управления, экономики и финансов, г. Казань, Россия
liya.liya.liya03@mail.ru*

Аннотация. Актуальность данной статьи обусловлена тем, что экологический туризм является одним из важнейших видов туризма в современном мире. Для Республики Татарстан наступил этап целенаправленного развития экологического туризма как составной части туристической отрасли республики. В статье рассматриваются проблемы развития экологического туризма в Татарстане.

Ключевые слова: туризм, экологический туризм, туристский продукт, Республика Татарстан.

Development of ecological tourism in modern conditions

Potapova Liya

*Master of the faculty «Tourism», Kazan (Volga Region) Federal University,
Institute of Management, Economics and Finance, Kazan, Russia
liya.liya.liya03@mail.ru*

Annotation. The relevance of this article is due to the fact that ecological tourism is one of the most important types of tourism in the modern world. For the Republic of Tatarstan, the stage of purposeful development of ecological tourism as an integral part of the tourism industry of the republic has come. The article deals with the problems of development of ecological tourism in Tatarstan.

Keywords: tourism, ecological tourism, tourist product, Republic of Tatarstan.

В условиях пандемии COVID-19, сложившийся военно-политической обстановке, для социально экономической сферы Российской Федерации актуальным становится развитие внутреннего туризма, а точнее рост внутрирегионального туристского потока [1]. Одним из самых перспективных видов сферы туризма, по нашему мнению, способствующий увеличению внутреннего туристского потока, является экологический туризм. Является фактом, что на данный момент экологический туризм активно развивается в России и других странах мира.

В России термин «экологический туризм» появляется в середине 80-х годов 20 в., но зародился уже в начале 20 в. Так, экологический туризм в России имел традиции естественноисторической и природоведческой направленности. Большую часть туристских

мероприятий того времени можно отнести к экологическим турам. Это и кратковременные, приуроченные к выходным дням поездки небольших групп отдыхающих на территории, расположенных в непосредственной близости от больших городов, и многодневные путешествия по территории страны [2].

В современном мире вопрос взаимодействия общества и природы является одной из самых острых проблем среди стоящих перед человечеством. Сегодня стремительное экономическое развитие вызывает значительный рост использования и, как следствие, истощение природных ресурсов. Так, на сегодняшний день, постройка и проживание в «глэмпингах» приравнивается к развитию экологического туризма, что является ошибочным.

Признаки экологического туризма:

- путешествие, где турист изучает окружающую его природу;
- путешествие, где природа является главной ценностью;
- доходы от экологического туризма направляются на поддержание природной среды региона [3];
- турист лично участвует в мероприятиях по сохранению природы.

Республика Татарстан имеет выгодное территориальное расположение, историческое, культурное наследие, является наиболее посещаемым и популярным среди жителей ближайших городов и, конечно же, туристами из других регионов и из-за рубежа. Республика имеет большой туристский и рекреационный потенциал, как на уровне республик, так и в международном сравнении.

Изучив туристские рекреационные ресурсы республики, отметим, что экологический туризм является одним из ключевых экономических инструментов и перспективных направлений развития в нем.

Для развития экологического туризма Республике Татарстан необходимо решить ряд задач:

- привлекать инвестиции на базе государственного или частного партнерства, реализация инвестиционных проектов в сфере развития экологического туризма;
- проводить широкую информационную работу среди фермеров, общественности, обобщать и пропагандировать положительный опыт по развитию экологического туризма, чтобы они сами заинтересованы были в помощи индивидуальным предпринимателям в хозяйстве;
- привлекать к разработке бизнес-проектов передовые высшие учебные заведения, которые могут не только участвовать в разработке проекта, но и обеспечивать его дальнейшую поддержку и развитие;
- развивать и поддерживать программы развития малых форм предпринимательства в сельской местности;
- расширять ассортимент продукции фермерского хозяйства и возможность его реализации на месте (кумыс, сыр, молоко, хлеб и др.), а также расширять спектр услуг;
- предпринимать в развитии экологического туризма различные нестандартные решения (разведение страусов, создание мини-зоопарков, посадка культур);
- создание комплексного туристского продукта, который будет отвечать всем признакам экологического туризма.

Последнее, создание комплексного туристского продукта, является главной задачей для развития экологического туризма в республике, так как развитие его ограничивается строительством обособленных комплексов, где турист может воспользоваться лишь услугами ночевки.

После рассмотрения всех туристских объектов, был изучен рынок туристских услуг и турпродуктов Республики Татарстан, и, на основании всех данных, выявилась проблема. Имея огромный потенциал и объекты экологического туризма, предложение полного туристского продукта в Республике Татарстан ограничивается единицами. Обычно, такие предложения включают в себя однодневные ночевки и огромный выбор дополнительных

услуг. Важно создание полной и комфортной маршрутной базы и туристского продукта с учетом особенностей историко – культурного и природно – климатического потенциала.

Таким образом, проанализировав все существующие проблемы, была достигнута цель исследования, а именно, выявлена основная проблема развития экологического туризма в Татарстане. При разработке нового туристского продукта, который будет соответствовать принципам экологического туризма, туристы начнут путешествовать грамотно.

Библиографический список

1. Зиновьева, А. А. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в Республике Татарстан / А. А. Зиновьева // Настоящее и будущее России в меняющемся Мире: общественно-географический анализ и прогноз : материалы международной научной конференции (XII Ежегодная научная Ассамблея АРГО). – Ижевск : Издательский центр «Удмуртский университет», 2021. – С. 836–841.

2. Емельянова, Н. А. История развития экологического туризма в России / Н. А. Емельянова // Мордовский заповедник. – 2013. – № 5 (5). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-ekologicheskogo-turizma-v-rossii> (дата обращения: 03.03.2023).

3. Дьяченко, О. Н. Организация специальных видов туризма / О. Н. Дьяченко, О. П. Полесская // Всё о туризме – образовательный туристический портал : [сайт]. – URL: https://tourlib.net/books_tourism/djachenko5-1.htm (дата обращения: 03.03.2023).

4. Миронова, Н. И. Развитие экологического туризма в России / Н. И. Миронова // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiie-ekologicheskogo-turizma-v-rossii/viewer> (дата обращения: 03.03.2023).

УДК: 338.48

Совершенствование рекламной деятельности туроператора в современных условиях

Овезова Джерен Овезовна

магистрант, Казанский (Приволжский) Федеральный Университет, г. Казань

Jeren.ovezova1998@mail.ru

Аннотация. Практика туристской деятельности за последнее двадцатилетие существенно обогатилась инновационными решениями и действиями ключевых игроков рынка туризма – туроператорских организаций. Находясь в свободном поиске эффективных методов повышения конкурентоспособности, туроператоры также неоднократно оказывались в сложных рыночных условиях, мотивирующих их активизацию и необходимость принятия важнейших, адекватных кризисным ситуациям стратегических решений, которые в последующем кардинально меняли подход к организации туристской деятельности, определяли тренды развития не только туроператорской деятельности, но и индустрии туризма в целом.

Ключевые слова: туроператор; деятельность; эффективность; организация; интеграция.

Improvement of the advertising activity of a tour operator in modern conditions

Ovezova Jeren

undergraduate of the Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Jeren.ovezova1998@mail.ru

Abstract. The practice of tourism activities over the past twenty years has been significantly enriched with innovative solutions and actions of key players in the tourism market - tour operator organizations. Being in a free search for effective methods to increase competitiveness, tour operators also repeatedly found themselves in difficult market conditions, motivating their

activation and the need to make the most important strategic decisions adequate to crisis situations, which subsequently radically changed the approach to organizing tourism activities, determined development trends not only for tour operator activities but also the tourism industry in general.

Key words: tour operator; activity; efficiency; organization; integration.

Результаты исследования и их обсуждение. На рубеже 90-х годов, в период становления массового туризма, туроператорские компании применяли идентичные подходы к организации своей деятельности на рынке туризма. В общем, они выполняли функции посредников, реализуя услуги поставщиков (средств размещения, предприятий общественного питания, авиакомпаний и других предприятий транспортной сферы, экскурсионных бюро и т.п.), формируя их в туристские продукты. Стремление к доминирующей роли на рынке влекло развитие технологий конкурентной борьбы, обеспечивших компаниям достижение цели. На этом этапе и до 2005- 2006 годов деятельность туроператорских организаций преимущественно была сосредоточена на узком спектре направлений туризма, как правило: Турция, Египет, Кипр, и осуществлялась по единому алгоритму. Основой ее реализации являлись договоры о сотрудничестве с непосредственными поставщиками туристских услуг (о бронировании блоков мест в средствах размещения и у авиаперевозчиков и т.п.) и взаимодействие с принимающими компаниями.

Такой подход изначально обеспечивал уверенные позиции за счет снижения стоимости реализуемых туристских продуктов, в состав которых традиционно включались: размещение в отеле, авиаперевозка, трансферы и услуги страхования. При этом ценовая привлекательность услуг способствовала увеличению количества потребителей. На выделенном этапе (назовем его первым) шло накопление объемов реализации турпакетов. Это была эпоха становления массового туризма в Российской Федерации.

Отсутствие опыта прогнозирования и стратегического планирования спроса на туристские услуги привело к распространению практики реализации «горящих туров» за несколько дней до даты вылета и по наименьшей стоимости, а иногда и с отрицательной маржинальностью. «Горящие туры» быстро получили широкую популярность у потребителей, а рост интереса к ним повлек массовый спрос и привел к эффекту «пирамиды», что порождало неустойчивые ситуации в туроператорской деятельности.

В 2006-2010 годах актуализировалась задача дифференциации и интеграции туроператорской деятельности. Нишевые игроки сместили приоритеты, ранее сфокусированные на двух-трех направлениях выездного туризма, на новые: Таиланд, Вьетнам, Китай, Индия и другие. Туроператоры выполняли определяющую роль в формировании туристских потоков, а доминирующие на конкретных направлениях туризма стали создавать собственные принимающие компании за рубежом, обеспечивающие им более эффективную работу по приему и обслуживанию туристов, выбору стратегических партнеров среди поставщиков туристских услуг. Результатом интеграционных процессов стало образование транснациональных компаний (холдингов, консорциумов и т.п.), например, работавших под брендами OTI, Thomas Cook, TUI и другими. При этом некоторые туроператоры стали более активно осваивать сферу гостеприимства – выкупать блоки мест или брать под свое управление средства размещения полностью, другие стали формировать собственные гостиничные сети. Так под управлением холдинга OTI, в орбиту деятельности которого вошли три туроператорские организации: Coral Travel, Sunmar и A-class, также вошла и гостиничная цепь Otium. Туроператоры TEZ Tour и Библио-Глобус соперничали за возможность стратегического партнерства с сетью Cristal (Турция), туроператор Pegas Touristik сформировал фирменную цепь отелей Dessole (Турция, Египет, Греция) и PGS (Турция). Отметим, что опыт формирования фирменных цепей отелей далее получил распространение преимущественно на курортах, массово востребованных у российских туристов. Интеграционные процессы преобразили концепцию организации туроператорской

деятельности и их позиционирования (отметим этот процесс как второй этап в эволюции туроператорской деятельности).

Следующий (третий) этап совершенствования туроператорской деятельности был обозначен формированием более эффективных механизмов взаимодействий с авиаперевозчиками. Опыт решения этой задачи туроператорскими организациями отличается, и наиболее передовой на рынке реализовали Библио-Глобус, Pegas Touristik и Anex Tour.

Туроператор Pegas Touristik в 2008 году организовал деятельность авиакомпании Nordwind Airlines, на крыльях которой успешно осуществляет перевозку туристов и по сей день. Интересна практика позиционирования авиакомпании. Изначально она выполняла чартерные рейсы по направлениям туризма, реализуемым туроператором Pegas Touristik, но в последующем вышла на рынок услуг авиаперевозчиков, летающих по регулярным допускам и реализующим авиабилеты через системы свободных продаж. Это стало возможным благодаря следующим обстоятельствам: масштабированию деятельности авиакомпании и уходу в 2015 году с рынка авиаперевозок его лидера – авиакомпании Трансаэро. Помимо Nordwind Airlines, туроператор Pegas Touristik реализует туры на базе перевозок турецкого лоукостера Pegasus.

Анализируя опыт деятельности туроператоров, Библио-Глобус и Anex Tour, отметим, что они выбрали иной путь построения и развития отношений с авиакомпаниями. Туроператор Anex Tour в 2010 году организовал сотрудничество с авиакомпанией Utair, которая в последующем стала учредителем чартерной авиакомпании Azur Air, выполняющей рейсы по поручению туроператора. В 2015 году авиаперевозчик Azur Air сменил бенефициара и попрежнему выполняет рейсы по поручению туроператора Anex Tour.

Туроператор Библио-Глобус в 2009 году организовал стратегическое партнерство с авиакомпанией Трансаэро, являвшейся на тот момент одним из лидеров рынка авиаперевозок и уступающей по показателям объемов авиаперевозок лишь национальному авиаперевозчику Аэрофлоту. В 2009-2015 годах туры на базе авиаперевозок Трансаэро, особенно по дальнемагистральным направлениям, были наиболее востребованы туристами благодаря оптимальному соотношению уровня цен и качества обслуживания, предоставляемому комфорту и высокому уровню безопасности полетов. Обеспечение высокого уровня обслуживания за доступную цену авиакомпания реализовала путем грамотно выстроенной системы пополнения и обновления авиапарка; использовала самолеты, произведенные авиакомпанией Boeing. Наличие в парке тридцати единиц широкофюзеляжных самолетов Boeing 747 давало возможность туроператору осуществлять перевозки туристов максимальными объемами за один авиарейс.

Особенно отметим, что союз туроператора Библио-Глобус и авиакомпании Трансаэро стал драйвером развития не только туризма, но и информационных технологий. Так, в 2014 году на сайте туроператора Библио-Глобус в личном кабинете агента впервые стала доступна услуга on-line регистрации на рейсы авиакомпании Трансаэро. Отличительная особенность этого сервиса заключалась в том, что впервые сотрудник, осуществляющий регистрацию клиентов на рейс, имел возможность видеть и демонстрировать туристу 3D- схему воздушного судна, на котором осуществлялась авиаперевозка. На схеме были отмечены свободные и занятые места (с указанием пола пассажира). В последующем аналогичные схемы стали доступны не только для регистрации на рейсы авиакомпании Трансаэро, но и других перевозчиков, сотрудничавших с туроператором. По сей день ни одна из туроператорских организаций не предлагает подобные сервисы, а схемы самолетов, представленные непосредственно на сайтах самих авиакомпаний для регистрации на рейс, уступают по графическому оформлению, удобству восприятия и использования. Визуализированные 3D-схемы самолетов, принадлежащих паркам различных авиакомпаний, и сегодня представлены на сайте туроператора Библио-Глобус, но уже не используются для регистрации.

Прекращение деятельности авиакомпании Трансаэро осенью 2015 года и ее последующее банкротство повлекло необходимость оперативно решать возникшие проблемы, масштаб которых был, сравним с крахом. В сложнейшей ситуации оказались и Библио-Глобус, и рынок туризма. Проблема заключалась в отсутствии возможности быстро переориентироваться на услуги альтернативного авиаперевозчика, способного предложить сопоставимый объем перевозок. В сложившейся ситуации в выигрышном положении среди конкурентов оказались туроператоры, аффилированные с иными авиакомпаниями.

В марте 2016 года между туроператором Библио-Глобус и авиакомпанией Россия, входящей в группу компаний Аэрофлот, было подписано соглашение о стратегическом партнерстве. В управление туроператора поступили тринадцать воздушных судов авиакомпании, на которых туроператор стал осуществлять авиаперевозку, некоторые из них поступили в парк авиаперевозчика от компании Трансаэро. Однако данная мера не обеспечивала прежние объемы авиаперевозки, туроператору необходимо было организовать сотрудничество и с другими авиакомпаниями с учетом того, что практика реализации фиксированных блоков мест на авиарейсах стала обременительной. Перед туроператорами актуализировалась проблема более эффективной организации взаимодействий с авиаперевозчиками.

Следующим (четвертым) этапом совершенствования туроператорской деятельности в аспекте расширения интеграции стало решение Библио-Глобуса, связанное с переходом к инновационной на тот момент форме включения авиаперевозки в состав туристского пакета, а именно к непосредственному использованию ресурсов глобальных дистрибьюторских систем. При реализации турпакета актуализировался и согласовывался с туристом тариф авиаперевозки, затем производилось бронирование услуг средств размещения. Выбрав перестраховочную тактику, туроператор свел к минимуму квоты мест и в средствах размещения и у авиаперевозчиков. Стала апробироваться инновационная практика динамического пакетирования туристских продуктов и ценообразования. Новые технологии формирования туристских пакетов позволили избежать грубых просчетов в планировании и сбытовой политике, уменьшить материальные потери, в то время как вероятность их реализации в условиях возрастающей нестабильности рынка повышалась. Таким образом, был изменен основной механизм взаимодействий с авиаперевозчиками и иными поставщиками туристских услуг.

Утрата устойчивых позиций в период кризиса 2014-2015 годов и низкие темпы восстановления рынка туристских услуг повлекли необходимость укрепления базиса и более глубокой интеграции в туроператорской деятельности. В 2019 году руководством туроператора было принято решение о реализации компании БиблиоГлобус холдингу Thomas Cook Group, который на тот момент времени владел отечественным туроператором НТК Интурист. По сути, интерес приобретения был сфокусирован на праве Библио-Глобуса осуществлять авиаперевозку на самолетах авиакомпании Россия – стратегического партнера туроператора с 2015 г. Отметим, что, находясь в процессе слияния, туроператоры отработали летний сезон 2019 года под собственными брендами, но пользовались услугами общих принимающих сторон и авиакомпаний. Однако 23 сентября 2019 года Thomas Cook Group объявил о банкротстве организации. В связи с этим 1 октября 2019 года БиблиоГлобус вынужденно расторг сделку с Thomas Cook Group. Задача выбора приоритетов дальнейшего развития вновь актуализировалась для руководства туроператорской организации.

Опыт и тренды интеграции туристской деятельности (создание принимающих сторон, формирование сетей отелей, аффилированных авиакомпаний, сетей агентств и т.п.) свидетельствуют о том, что центральным звеном ее координации являются туроператорские организации. Можно предположить, что и в дальнейшем они будут продолжать играть инициативную консолидирующую роль, и в более крупном масштабе. Это заключение подтверждает тот факт, что в 18 октября 2021 года появилась информация о том, что

подписано соглашение о приобретении АО «Международный аэропорт Шереметьево» 75% доли в уставном капитале туроператора Библио-Глобус.

Уже на этапе подготовки сделки по приобретению акций туроператора аэропортом Шереметьево предстоящая интеграция «начала работать» и положительно повлияла на конкурентные позиции Библио-Глобуса и авиакомпании Россия. Так, в августе 2021 года Росавиацией были выданы допуски на осуществление авиаперелетов по маршрутам, связывающим российские регионы с курортами Арабской Республики Египет (Шарм-Эль-Шейх и Хургада) единственному перевозчику – авиакомпании Россия, и туроператором, первым получившим возможность формирования туристских продуктов с перевозкой по этим направлениям, стал Библио-Глобус. Такое стечение обстоятельств может быть связано с еще одним немаловажным аспектом деятельности представителей аэропорта Шереметьево. В июле 2021 года стало известно, что безопасность на курортах Хургады и Шарм-Эль-Шейха будут обеспечивать сотрудники АО «Шереметьево Безопасность», учредителем которого являются АО «Международный аэропорт Шереметьево» (55% доли) и ПАО «АэрофлотРоссийские авиалинии» (45% доли), в которую входит авиакомпания Россия. Ряд обстоятельств позволил туроператору одному из первых организовать взаимодействия с партнерами в Египте и направить туда туристские потоки, предложить конкурентные цены на туристский продукт и занять стратегически важные позиции.

О планах и масштабе деятельности туроператора свидетельствуют события, сопровождающие сделку по реализации доли в уставном капитале туроператора Библио-Глобус. На улицах столицы появились туристические автобусы, оформленные в соответствии с брендбуком БиблиоГлобуса. Туроператор запустил программу экскурсионного обслуживания туристов в Москве, принятых из 18 регионов страны по программам, сформированным на базе услуг авиаперевозчиков, входящих в группу компаний Аэрофлот: Победа, Аэрофлот и Россия и по привлекательной стоимости. Представленные факты позволяют сделать вывод о том, что известный туроператор укрепил свои позиции на рынке туристских услуг и сформировал уверенный потенциал не только для эффективного функционирования в сферах выездного и внутреннего туризма, но и для доминанты в сфере въездного туризма, организованного в массовом формате.

Очевидно, что интеграция двух разнородных компаний и синергия их усилий позволит более эффективно конкурировать с остальными игроками рынка. Высокий уровень конкурентоспособности может быть обеспечен предоставлением туроператору льготных условий сотрудничества с авиакомпаниями, выполняющими перевозки клиентов и более выгодными условиями обслуживания воздушных судов в аэропорту Шереметьево.

С другой стороны, аэропорт Шереметьево приобретает возможность предложить транзитным пассажирам новый продукт – экскурсионное обслуживание в Москве во время ожиданий стыковочных рейсов, а также получить дополнительный пассажиропоток клиентов Библио-Глобуса и развить маршрутную сеть.

Таким образом, в туристской индустрии обозначился новый тренд расширения интеграции. Интеграция усилий туроператора Библио-Глобус с аэропортом Шереметьево выводит туроператорскую деятельность на новый конкурентный уровень. Стратегически важный и востребованный хаб транзитного пассажиропотока в развитом туристском регионе в союзе с туроператором претендует на роль точки роста массового организованного внутреннего туризма, что приведет к апробации новых форм и подходов к организации туристской деятельности. Можно предположить, что аналогичные объединения могут появиться и в Санкт-Петербурге. Однако создание подобной экосистемы на базе аэропорта Пулково будет более трудоемким процессом.

Закключение. Прогрессивная практика отдельных туроператоров быстро осваивалась конкурентами и способствовала повышению устойчивости индустрии туризма. В целом можно констатировать, что совершенствование туроператорской деятельности основывается на процессах интеграции, концепции которых усложняются. Анализ ключевых

трансформаций туроператорской деятельности, способствующих выходу ее на новый технологический уровень, подтверждает, что именно туроператорские организации являются драйверами развития туристской индустрии. Они стали инициаторами построения систем эффективных взаимодействий предприятий туристской индустрии, разработки и внедрения передовых технологий. Однако перед туристским бизнесом обозначились новые вызовы и мотивация следующих эффективных действий, направленных на сохранение устойчивости функционирования и повышение конкурентоспособности. Впереди новые решения.

Библиографический список

1. Выход из кризиса COVID-19: инновационные стратегии / А. Г. Сарафанова, А. А. Сарафанов // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – № 1. – С. 48–58.
2. Белобрагин, В. Я. Основы стандартизации / В. Я. Белобрагин, А. В. Зажигалкин, Т. И. Зворыкина. – Москва, 2017. – С. 25–30.
3. Белобрагин, В. Я. Основные направления формирования национальной системы управления качеством туристских услуг с использованием инновационных технологий / В. Я. Белобрагин, Т. И. Зворыкина, Д. Р. Макеева // Сервис в России и за рубежом. – 2012. – № 6(33). – С. 118–130.

Электронное издание

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Сборник материалов

Международной научно-практической конференции
19-20 апреля 2023 г., г. Горно-Алтайск

Под общей редакцией
кандидата экономических наук, доцента Т.А. Кутгубаевой
кандидата экономических наук, доцента Н.И. Клепиковой

Подписано 08.09.2023 г. Формат 60x84/8.
Печ. л. – 50,0. Объем - 16,4 Мб.
Заказ № 189.

Горно-Алтайский государственный университет
649000, г. Горно-Алтайск, ул. Ленкина, 1, тел. +7-38822-66-451
<http://www.gasu.ru>