

6. Firsova, A.V. (2016), "Voice of the City": technology for creating an image of the urban environment", *Turism v glybine Rossii* [Tourism in the heart of Russia] Perm, Russia, pp 178-183.

7. Sharifulin, S.R. (2009), "Sports rest is a component of tourism", *Geografya i turizm*, no.7, pp 87-94.

8. Shchepetkova, I.O. (2016), "Dachas: the Russian phenomenon and opportunities for use in tourism", *Geografya i turizm* no. 15, pp 15-27.

Поступила в редакцию: 07.11.2017

Сведения об авторе

Королев Андрей Юрьевич

кандидат географических наук, доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет; Россия, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

e-mail: korolev@psu.ru

About the author

Andrey Yu. Korolev

Candidate of Geographical Science, Assistant Professor, Department of Tourism, Perm State University; 15, Bukireva str., Perm, 614990, Russia

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Королев А.Ю. Полюсы недоступности микроуровня как фактор зимней однодневной рекреации городского населения // Географический вестник = Geographical bulletin. 2018. №3(46). С. 92–97. doi 10.17072/2079-7877-2018-3-92-97

Please cite this article in English as:

Korolev A.Yu. Poles of inaccessibility of micro-level as a factor of winter one-day recreation of urban population (a case study of the city of Perm) // Geographical bulletin. 2018. №3(46). P. 92–97. doi 10.17072/2079-7877-2018-3-92-97

УДК 338.48: 910

DOI 10.17072/2079-7877-2018-3-97-106

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ

Инна Станиславовна Зырянова

SPIN-код: 5955-3118, Author ID: 696065, ORCID ID: 0000-0002-2157-448X

e-mail: innaziryanova@mail.ru

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь

Туристские информационные центры (ТИЦ) – предприятия туристского визит-сервиса являются важными элементами современной системы туризма. Они образуют развитые сети в туристских регионах. Изучение их географии и других аспектов деятельности дает возможность определять особенности территориальной организации отрасли, уровень рекреационной освоенности, туристский профиль территории, осуществлять мониторинг самостоятельных путешествий. Исследователи разных стран мира обращают внимание на ТИЦ, рассматривая их экономические, организационные, функциональные вопросы, а географические аспекты остаются малоизученными. Опыт функционирования сетей ТИЦ в провинциях Канады и территорий Норвегии может быть адаптирован при проектировании перспективных сетей ТИЦ в регионах России ввиду сходности многих географических условий. Для определения закономерностей размещения ТИЦ уместно рассмотреть вопрос на разных иерархических уровнях (локальном, региональном и межрегиональном). В приатлантических провинциях Канады ТИЦ территориально размещаются относительно равномерно в некотором соответствии с плотностью населения, тяготея к поясам пейзажных дорог. Принимая во внимание опыт северных зарубежных регионов, в Пермском крае следует создавать сеть из нескольких десятков ТИЦ разных видов.

Ключевые слова: география, туристские информационные центры, Северная Норвегия, Канада, Пермский край

**GEOGRAPHICAL PECULIARITIES OF LOCATION
TOURIST INFORMATION CENTERS****Inna S. Zyrianova**

SPIN-code: 5955-3118, Author ID: 696065, ORCID ID: 0000-0002-2157-448X

e-mail: innaziryanova@mail.ru

Perm State University, Perm

Tourist Information Centers (TICs) – tourist visiting enterprises – are important elements of the modern tourism system. They form developed networks in tourist regions. The study of their geography and other aspects of activity makes it possible to identify the features of the territorial organization of this service, the level of recreational development, the profile of the tourist territory, and monitor independent travel. Researchers around the world pay attention to the TIC, considering their economic, organizational, and functional issues, and the geographical aspects remain poorly understood. The experience of functioning of TIC networks in the provinces of Canada and the territories of Norway can be useful in the design of prospective TIC networks in the regions of Russia in view of the similarity of many geographical conditions. To clarify the regularities of the placement of TICs, it is appropriate to consider the issue at different hierarchical levels (local, regional and above regional). In the provinces of Atlantic Canada TICs are territorially relatively evenly distributed, but in some accordance with the density of the population, gravitate toward the belts of picturesque roads. Taking into account the experience of northern foreign regions, in the Perm region of Russia a network of several dozen TICs of different types should be created.

К е у в о р д с : geography, tourist information centers, Northern Norway, Canada, Perm Region.

Рост туризма в российских регионах сопровождается развитием разнообразной инфраструктуры, одним из видов которой являются туристские информационные центры (ТИЦ). Как правило, это небольшие отдельные сооружения или помещения в многофункциональных зданиях, где гости и жители города или региона могут получить бесплатную туристскую информацию, консультацию, необходимые карты, схемы и т.д. Эта отрасль туристских услуг довольно нова для России, начиная формироваться, охватывая в большинстве регионов только центральные города. С увеличением потока как самостоятельных, так и организованных туристов актуален вопрос развития сети ТИЦ и определения принципов их размещения, поэтому уместно рассмотреть зарубежный опыт тех стран, где такие сети сформированы.

В северных странах мира, таких как Канада и Норвегия, где сфера туризма развита и разнообразна, а природные условия сходны с регионами России, накоплен большой опыт работы ТИЦ, который возможно адаптировать для нашей страны. В рассматриваемых странах визит-центры являются характерными организациями, отражающими туристскую освоенность территорий. С 2000-х гг. здесь сформировались сети ТИЦ, предоставляющие актуальную информацию и готовые турпродукты гостям, информирующие местное население о предстоящих событиях и мероприятиях.

Изучение географии информационного визит-сервиса актуально по многим причинам. Организация ТИЦ стимулирует развитие туризма, и многие специалисты считают это первым практическим шагом туристского развития территории. С исследовательской точки зрения – разветвленная система ТИЦ может показать организацию и специализацию туризма, распределение ресурсов, потоков, формы маршрутов. С помощью системы ТИЦ осуществляются мониторинг и статистический учет туристских прибытий, в том числе, таких сложно фиксируемых видов, как самостоятельный туризм.

ТИЦ в экономическом и функциональном отношениях изучаются в разных странах, но число научных публикаций невелико. Они посвящены выявлению роли в обществе, технологиям работы и организации сервиса. Например, С. Хоббин анализирует информационные визит-центры в Квинсленде (Австралия), отмечая их важную роль в управлении туризмом на региональном уровне. Автор с помощью интервьюирования выяснил, что информационные визит-центры слабо влияют на планирование поездок до прибытия в страну и ее регион, т.е. на показатели числа ночлегов и величины расходов в регионах. Однако, как только посетитель оказывается в регионе посещения, ТИЦ начинают влиять на решения гостя о том, что посмотреть и чем заняться [10].

Основную информацию турист ищет на этапе проектирования путешествия, в это время основным информационным ресурсом является Интернет. Однако, при осуществлении путешествия человек сталкивается с несовершенной системой wi-fi, трудностями с мобильными устройствами т.д. И здесь

на помощь приходят информационные туристские центры. По словам А. Павлича, ТИЦ также могут выступать центрами изучения туристской отрасли в регионе [18].

Р. Баллантине, К. Хугес, Б.В. Ричик отмечают, что информационные центры для посетителей отвечают прежде всего за востребованность местных туристских ресурсов, за продвижение местных услуг, оказывают прямое влияние на социально-экономическое и рекреационное развитие своего региона. Авторы исследуют потребности посетителей в конкретной информации и, в этой связи, функции ТИЦ. Они изучают методы планирования поездок тех посетителей, которые обращаются к помощи ТИЦ [9].

К.Л. Карипис, Е.М. Цимитакис, С.Дж. Скоултсос рассмотрели информационные визит-центры в районе Драмы (Греция). Они считают, что центры могут эффективно управлять существующими туристскими потоками и влиять на их рост. Для этого важна в качестве технологического инструмента кластеризация информации о природных и культурных ресурсах и новых туристских направлениях [12]. Также вопросам трансформирования роли и функций ТИЦ при развитии возможностей Интернета для самостоятельного поиска информации посвящены работы Я.Х. Хванг и З. Ли, С.О. Лай С.О. и Х. Ли, Н. Мистилис и Дж. Д'амбра [11, 14, 16].

П. Майер и А. Павлич отмечают, что туристский информационный сервис является частью туристского потенциала региона. Они рассматривают вопрос организации финансирования ТИЦ, предпочитая вариант совместного привлечения разных источников [15]. А.Ж. Садуов, Б.О. Муканов и Д.Т. Нурсултан изучают вопрос создания ТИЦ при организации событийного туристского мероприятия [7].

Публикации о географии ТИЦ практически отсутствуют. В этом отношении следует отметить статью В.В. Миненовой и А.Г. Максименко [5], в которой с географических и управленческих позиций рассматривается сеть ТИЦ в южных регионах России. М.А.Саранча и А.И. Масалёва [8] указывают на положительные результаты «кооперативного» маркетинга в том случае, когда ТИЦ как партнеры из разных регионов рекламируют возможности друг друга.

Географические особенности сформировавшихся сетей ТИЦ в той или иной стране или ее регионе дают основания для выводов относительно свойств туристской системы территории.

Географическое положение сети ТИЦ можно рассматривать на локальном, региональном и межрегиональном уровнях. Трехступенчатый анализ размещения позволяет найти некоторые особенности и закономерности в туристской сфере регионов.

При изучении *локального уровня* визит-центров (размещение внутри населенного пункта) выявляется туристская специализация территории, поскольку обычно расположение офиса совпадает с местом сосредоточения или прибытия туристов. В **регионе Северная Норвегия** большинство туристских визит-центров открыто на улице возле причала (табл. 1). По данным Innovation Norway число ночевков туристов, участвующих в круизах по норвежским фьордам, в 2016 г. составило 2 700 000, число круизных туристов – 650 000 чел., количество рейсов круизных судов в норвежские порты – 1 809 [13]. Статистические данные свидетельствуют о повышенном спросе на круизный отдых в Норвегии, следовательно, основные места прибытия туристов – это порты и причалы, принимающие туристские лайнеры.

Туристские информационные центры предоставляют информацию как для самостоятельного путешественника (любая помощь при посещении региона), так и для организованного туриста (экскурсии по городу, например, City Sightseeing). Основными туристскими направлениями в Северной Норвегии являются морские круизы по фьордам и зимние туры для наблюдения северного сияния. Расположение туристских офисов в Северной Норвегии свидетельствует о том, что услугами ТИЦ пользуются не только самостоятельные путешественники, но и организованные «круизные» туристы, желающие совершить пешую экскурсию по городу без экскурсовода. Наибольшее количество визит-центров находится на самом длинном и впечатляющем фьорде Северной Норвегии с девятистопетметровым хребтом Люнгенские Альпы.

Анализ сезона и часов работы ТИЦ (табл. 1) показывает, что существуют как круглогодичные ТИЦ, так и сезонные. Большинство ТИЦ работают круглогодично с летним пиком, когда удлиняется график рабочего дня и добавляются часы работы по выходным. Сезонность и часы работы центров отражает частоту и время прибытия круизных лайнеров. Сезон круизов в Норвегии с мая по сентябрь. Тенденция увеличения круглогодичной открытости и большей продолжительности во времени работы визит-центров наблюдается во многих туристских странах. Однако до сих пор большинство ТИЦ открыто пять рабочих дней и имеют два выходных, что для внутренних и самостоятельных туристов является негативным фактором.

Таблица 1

Туристско-информационные центры Северной Норвегии

Туристско-информационный центр	Место размещения офиса	Сезон работы	Часы работы
Нордкап (Хоннингсвог)	Пристань	Круглогодичный	Первая половина дня, суббота и воскресенье – закрыто зимой, летом открыто полдня
Хаммерфест	Пристань	Круглогодичный	Полный рабочий день, суббота и воскресенье – полдня. Летом полный рабочий день все дни недели
Вадсё	Центр	Круглогодичный	Полный рабочий день, без субботы и воскресенья. Летом полный рабочий день все дни недели
Гамвик	На территории музея Гамвик	Летний	Полный рабочий день без субботы и воскресенья
Стаббурснес	На территории музея Stabbursnes Nature House and Museum	Круглогодичный	Круглогодично 3 дня в неделю. В летний период ежедневно полный рабочий день
Вардё	Пристань	Летний	Ежедневно, полный рабочий день
Алта	Центр	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день, кроме субботы и воскресенья
Тромсё	Пристань	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день
Люнгсэйдет (Люнген – фиорд)	Пристань	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день, суббота – полдня, воскресенье – выходной
Шиботн (Люнген – фиорд)	Пристань	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день
Олдердален (Люнген – фиорд)	Пристань	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день, суббота – полдня, воскресенье – выходной
Биртаварре (Люнген – фиорд)	Пристань	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день, с продлением до 22-00 летом
Мандален (Люнген – фиорд)	Пристань	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день, воскресенье – выходной
Сторслет (Люнген – фиорд)	Пристань	Летний	Ежедневно полный рабочий день
Бурфиорд (Люнген – фиорд)	Пристань	Летний	Ежедневно полный рабочий день
Аннёй	Центральный отель	Летний	Ежедневно полный рабочий день
Нарвик	Центр	Круглогодичный	Ежедневно полный рабочий день

Центральное местоположение офиса ТИЦ в населенном пункте помогает не только туристам, но и местным жителям организовать свой досуг. Визит-центры отражают жизнь города. Постепенно ТИЦ превращаются в культурно-информационное место в населенном пункте. В них предоставляется бесплатный Wi-Fi, туристские карты, путеводители, сувениры, билеты на мероприятия, функционирует санитарная зона. Профессионально построенная работа визит-центров, особенно это касается нетуристских городов, помогает местным жителям выбрать развлечения и рекреационные занятия в родном крае.

Размещение на ТИЦ *региональном уровне* позволяет выявить планирование системы ТИЦ и вопросы пространственной организации, что важно для развития туризма в целом и требует практического решения. Важно понять географические закономерности и современные «правила» размещения ТИЦ.

Одной из стран, имеющих распространенную и давно работающую сеть ТИЦ, является Канада. Опыт этой большой северной страны в формировании региональных систем информационного визит-сервиса интересен для России, поскольку страны при своих особенностях похожи размерами, расстояниями, природными условиями. Рассмотрим системы ТИЦ в четырех приатлантических провинциях Канады.

Организация туризма провинции **Нью-Брансуик** отличается от других провинций, ориентируясь не на туристские регионы, центры и зоны, а на пейзажные автодороги (Scenic Drives). Туристско-информационные центры географически и организационно привязаны к пейзажным автострадам. В 2017 г. в провинции работало пять провинциальных ТИЦ и пятьдесят семь муниципальных ТИЦ [19].

Провинциальные ТИЦ располагаются на «входе», там, где границу провинции пересекают основные автодороги: в городах Эдмустон и Кэмбэлтон на дорогах из Квебека, в Саквилле – на дороге из Новой Шотландии, Вудсток и Сан-Стефан – на дорогах из штата Мен (США). Муниципальные ТИЦ располагаются на пейзажных автотрассах или в ареалах вблизи этих дорог.

ТИЦ размещены по провинции равномерно. В каждом населенном пункте находится один центр, за исключением двух городов – Сен-Джон и Монктон, где по два визит-центра. Однако выделяются компактные территории, где ТИЦ концентрируются. Это верхняя часть залива Фанди – Чинекто Бэй (7 офисов), агломерация Монктона (7), полуостров и острова Акадия (7), агломерация Сен-Джона (4), район на границе США – города Сен-Стефан и Сен-Джордж, острова Фанди (5).

Наибольшее число муниципальных визит-центров (19) располагается вдоль Акадийской береговой дороги и по береговой дороге Фанди (17), по дороге в долине р. Сен-Джон (15). К дороге по долине р. Мирамиши относится 4 визит-центра, к Аппалачской дороге – 2. Почти все муниципальные ТИЦ располагаются непосредственно в населенных пунктах на пейзажных дорогах, лишь пять ТИЦ отодвинуты от дорог на расстояние более десяти километров. В этой провинции территориальная организация туризма исключительно маршрутная. По расположению ТИЦ можно заключить о том, что в провинции есть две туристских столицы – города Монктон и Сен-Джон. Сложились и две туристские зоны: в Чинекто Бэй, вторая – на Акадийских полуострове и острове, также туристский ареал выделяется на границе с США в районе Сен-Джордж и островов Фанди.

Интересны данные плотности ТИЦ и их сравнение с другими провинциями. Плотность визит-центров в провинции равна 0,8 на тыс. км² (табл. 2).

В провинции **Остров Принца Эдуарда** существует разветвленная сеть ТИЦ четырех видов. В 2017 г. эта сеть была представлена следующим образом [21].

1. Провинциальные информационные визит-центры. Работают в трех местах на входе в провинцию: в Борден-Карлетон на дороге из провинции Нью-Брансуик по мосту Конфедерации; в Вуд Айленд на пристани парома из провинции Новая Шотландия; в Соурисе у паромной переправы на острова Маделены (провинция Квебек). Также такой центр находится в местечке Маунт-Плезент.

2. Провинциальные центры дестинации. Находятся в четырех местах. Они определяют важнейшие места туристского интереса и концентрации гостей: столичный город Шарлоттаун, второй наиболее значительный город Саммесайд, объект Юнеско – деревушка Кавендиш и городок Сент-Петерс.

3. Муниципальные информационные визит-центры. Показан только один центр, располагающийся в центре Шарлоттауна на берегу бухты.

4. Островные влком-центры. Их четырнадцать. Располагаются на туристских пейзажных дорогах, которые опоясывают берега острова: Береговая дорога Северного мыса – 4 центра, Берег зеленых мезонинов – 1 центр, Берег красных песков – 2 центра и Береговая дорога к восточной точке – 7 центров.

Все двадцать два ТИЦ располагаются на туристских пейзажных дорогах, обеспечивая информацией туристов по маршруту. Следовательно, территориальная организация туризма на острове имеет маршрутный вид, соответствует интересам автотуристов. ТИЦ распределяются по территории острова равномерно и работают только по одному в населенном пункте, кроме Шарлоттауна (2 центра). Плотность ТИЦ в провинции равна 3,9 на тыс. км² (табл. 2).

В провинции **Новая Шотландия** существует пятьдесят два информационных визит-центров [17]. Они группируются не столько по пейзажным дорогам, сколько по семи туристским районам. В туристском районе Галифакс – 2 информационных визит-центра, в районе Южный берег – 10, Ярмут и Акадийский берег – 2, Залив Фанди и долина Анаполис – 13, берег Нортумберленда – 8, Восточный берег – 7 и Остров Кейп Бретон – 8. ТИЦ распределены равномерно, в основном располагаются на побережье, но значительная часть – 8 ТИЦ располагаются и внутри полуострова. ТИЦ есть как в городах, так и в небольших деревнях, как на пейзажных дорогах, так и на обычных. Выделяются два места концентрации визит-центров: первый – в долине Анаполис, второй – в районе залива Махоне и г. Люненберг. Плотность ТИЦ в провинции равна 1 на тыс. км² (табл. 2).

В провинции **Ньюфаундленд и Лабрадор** работает двадцать визит-центров [20]. Туристское районирование представлено пятью районами: четыре – на о. Ньюфаундленд и один – на полуострове

Лабрадор. По туристским районам визит-центры располагаются следующим образом: Авалон – 5 центров, Восточный район – 3, Центральный район – 5, Западный район – 3 и Лабрадор – 4 центра. Визит-центры располагаются относительно равномерно по территории о. Ньюфаундленд на центральной дороге, паромных пристанях и побережье.

Плотность ТИЦ по отношению ко всей площади провинции равна 0,05 на тыс. км², а плотность визит-центров на о. Ньюфаундленд без материковой части почти в три раза больше – 0,14 на тыс. км² (табл. 2).

Таблица 2

Плотность туристско-информационных центров

Провинция	Плотность населения, чел. на км ²	Плотность ТИЦ
Остров Принца Эдуарда	26	3,9
Новая Шотландия	16,1	1,0
Нью-Брансуик	10,4	0,8
о. Ньюфаундленд	4,3	0,14
Ньюфаундленд и Лабрадор	1,3	0,05

На основе проведенного анализа сделаем выводы о принципах размещения туристских информационных центров в провинциях Приатлантической Канады.

1. Равномерное, по возможности, размещение ТИЦ по территории провинции.
2. Сопровождение пейзажной туристской дороги.
3. Иерархизация ТИЦ.
4. Соответствие концентрации ТИЦ плотности населения.
5. Плотность ТИЦ слабозаселенных и плотнозаселенных регионов может отличаться в десятки раз. В Приатлантической Канаде – в 80 раз.
6. Число ТИЦ в сложившейся туристской системе значительного по размерам региона должно составлять несколько десятков.

Межрегиональный анализ расположения ТИЦ за пределами региона (страны) отражает заинтересованность власти и бизнеса в продвижении туристских продуктов и ресурсов. Комиссия по туризму Канады через участие в международных туристских выставках и открытия ТИЦ в 12 странах (США, Германия, Франция, Великобритания, Индия, Китай и др.), направляющих туристов, продвигает образ Канады как страны, полной дружелюбия, разнообразных возможностей и уникальных ландшафтов.

В отечественной отрасли приходит понимание необходимости расширения географии туристских представительств России в странах мира. Одним из примеров является деятельность Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения «Городское Туристско-Информационное Бюро» и он-лайн платформы Visit Petersburg. В Санкт-Петербурге в работе системы ТИЦ существует три разных территориальных уровня.

Рассматривая сеть ТИЦ Санкт Петербурга на микроуровне, можно отметить 12 офисов в пределах города, расположенных в непосредственной близости от основных его достопримечательностей, в аэропорте «Пулково» и в терминале пассажирского порта «Морской фасад». На мезоуровне во взаимодействии с региональными ТИЦ России заключено 54 партнерских соглашения об информировании туристов относительно существующих предложений. На сайте бюро показаны основные достопримечательности и событийные мероприятия в регионах. На макроуровне со странами СНГ и дальнего зарубежья заключено 32 соглашения о сотрудничестве [2].

Выход на международную арену стал возможен благодаря кооперации государственной и частной организаций. Так первый офис Visit Petersburg открылся в Париже на базе уже существующих представительств компании «ЛЕКС системс», в течение более чем пяти лет занятой предоставлением гражданам зарубежных стран визовой поддержки [6]. Компания «Лекс-систем» располагает более 100 офисами в 30 странах мира [1]. Возникает взаимовыгодное сотрудничество – со стороны бизнеса это заинтересованность в увеличении числа выданных виз через информированность туристов, со стороны ТИЦ – пользование готовой инфраструктуры.

Таким образом, в России создается первая сеть туристско-информационных центров на разных уровнях с возможностью последующего увеличения турпотока в Санкт-Петербург российских и иностранных туристов до 13 млн прибытий к 2020 г. [6].

Рассмотренные географические особенности организации туристских визит-центров в северных территориях мира позволяют наметить принципы и обоснования размещения сети ТИЦ в Пермском

крае. В настоящее время ТИЦ активно действует в Перми и имеет филиал в Кунгуре. В 2017 г. ТИЦ Пермского края оказал 57696 информационных и консультационных услуг о туристских ресурсах региона, из них для российских посетителей – 97%, зарубежных – 3%. Среди обратившихся за информационными и консультационными услугами преобладают жители городов Пермского края: Пермь (34%), Соликамск (11%) и Кунгур (9%). Из городов Российской Федерации по обращениям лидирует Москва (8%), Екатеринбург (7,4%), и Казань (3,3%). Зарубежные посетители с наибольшим числом обращений – граждане Франции, Великобритании и Германии. Около 33% обращений осуществлено в виде непосредственного посещения офисов ТИЦ.

Спроектируем сеть ТИЦ в Пермском крае – внутреннем регионе России, учитывая опыт подобных сетей. На локальном уровне внутри населенных пунктов большинство ТИЦ могут располагаться в центральной части города, вокзалах и около ярких достопримечательностей в зависимости от специализации в туризме.

На региональном уровне сеть информационных визит-центров будем рассматривать в следующей последовательности: 1) ТИЦ на «входе» в Пермский край, 2) в городах, 3) в сельской местности, 4) вблизи экскурсионных объектов. Будем считать, что проектируемые ТИЦ начнут действовать в ближней или далекой перспективе, когда администрация территории будет рассматривать туристскую отрасль как важную для региона.

Поскольку Пермский край имеет большую площадь, граничит с пятью субъектами РФ, располагается во внутренних пространствах страны и его пересекают многие транзитные пути, регион имеет много транспортных «выходов». Это обстоятельство определяет значительное число визит-центров у его границ или по направлениям к границам. ТИЦ могут быть в городах, районных центрах или в небольших поселениях. Вряд ли рационально в данное время организовывать визит-центры в ненаселенной местности как придорожный сервис, хотя в будущем их размещение на административных границах региона не исключается.

При таком подходе восемь визит-центров категории **краевых ТИЦ**, обеспечивающие посетителей региона общекраевой туристской информацией, разместятся в следующих населенных пунктах:

1. Поселок Промысла (на автомобильном пути из Свердловской области).
2. Село Большие Ключи (на автомобильном пути из Свердловской области).
3. Муниципальный центр, поселок Куеда (на автомобильном пути из Республики Башкортостан).
4. Город Чайковский (на автомобильном и речном путях из Удмуртской республики).
5. Деревня Лисья (на автомобильном пути из Удмуртской республики).
6. Районный центр, село Большая Соснова (на автомобильном пути из Удмуртской республики).
7. Районный центр, село Карагай (на автомобильном пути из Кировской области).
8. Районный центр, поселок Гайны (на автомобильном пути из Республики Коми).

Три визит-центра краевого уровня должны быть в Перми: в центре города, аэропорту и на железнодорожном вокзале. Офисы должны быть расположены таким образом, чтобы информацией было удобно пользоваться гостям города по приезду, а пункт в центре предоставит возможность посещения и местному населению.

Основная часть сети визит-центров должна располагаться в городах Пермского края (**городские ТИЦ**). Для мест размещения визит-центров необходимо определить города – туристские точки роста. Для этого уместно оценить качества городов не по сервисным характеристикам, а по основательным географическим свойствам, которые присущи тому или иному месту: наличие транспортного узла, транзитность, «ворота» в туристские районы разных профилей и т.д. По А.И. Зырянову [3] городами с наибольшими туристскими перспективами (по рейтингу в баллах в убывающей последовательности) являются Кунгур (19), Соликамск (18), Чайковский (16), Чердынь (15), Березники (13), Красновишерск (13), Очер (13), Чусовой (12), Кудымкар (10), Лысьва (10), Оса (10), Усолье (7) Александровск (6), Нытва (4), Губаха (3), Горнозаводск (1,5). Перечисленные перспективные города должны иметь визит-центры.

Многие сельские центры муниципалитетов должны иметь визит-центры категории **сельских ТИЦ**, которые кроме работы с туристской информацией по муниципалитету будут способствовать развитию сельского туризма. Такими населенными пунктами могут быть: пос. Октябрьский, г. Чернушка, с. Уинское, с. Барда, с. Орда, с. Усть-Кишерть, с. Елово, с. Частые, г. Оханск, пос. Ильинский, с. Юсьва, г. Верещагино, с. Калинино Кунгурского района и с. Юкеево Кочевского района.

Четвертой категорией визит-центров должны быть **ТИЦ при туристских объектах** в следующих населенных пунктах: с. Хохловка Пермского района, пос. Усьва Гремячинского района, пос. Кузье-Александровский Горнозаводского района и с. Кын Лысьвенского района. Визит центры такого вида ориентируются в основном на обслуживание активных, природно-ориентированных туристов.

Следовательно, в Пермском крае перспективная сеть туристских визит-центров может насчитывать 46 ТИЦ, из них краевых – 12, городских – 16, сельских – 14 и объектных – 4.

На межрегиональном уровне необходимо выявление наиболее эффективных путей продвижения Пермского края в разных регионах России и за её пределами. На сегодняшний день существуют попытки создания совместных межрегиональных турпродуктов, таких как Великая Северная экспедиция, проводятся туристские форумы и специализированные выставки с привлечением специалистов Ростуризма. Рассматриваемые вопросы требуют детального глубокого изучения и поиска разнообразных инициатив местного сообщества.

Библиографический список

1. *География* деятельности визовых центров. URL: <http://www.lexsystems.ru/ru/company-profile-lex-ru/our-practics-ru?id=52> (дата обращения: 04.05.2018).
2. *Городское* туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга. URL: <http://ispb.info/about/> (дата обращения: 05.05.2018).
3. *Зырянов А.И.* Теоретические аспекты географии туризма. Пермь, 2013. 158 с.
4. *Зырянов А.И., Зырянова И.С.* Самостоятельные путешествия: маршрутное планирование. Пермь, 2015. 154 с.
5. *Миненкова В.В., Максименко А.Г.* Опыт функционирования туристских информационных центров на Юге России // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2015. Т.1. С.54–60.
6. *Петербург* решил продвигать себя за рубежом самостоятельно. URL: <http://www.tourbus.ru/news/11541.html> (дата обращения: 02.05.2018).
7. *Садуов А.Ж., Муканов Б.О., Нурсултан Д.Т.* Применение опыта проведения выставки ЕХРО-2017 в создании информационного туристского центра Республики Казахстан // Фундаментальные исследования. 2017. №11-2. С. 439–444.
8. *Саранча М.А., Масалёв А.И.* Опыт организации развития туристской сферы в полярных регионах зарубежных стран // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2015. Т.9. №4. С. 28–38.
9. *Ballantyne, R., Hughes, K., Richie, B.V.* Meeting the needs of tourists: The role and function of Australian information centers // Journal of Travel and Tourism Marketing. 2009. №26(8). P. 778–794.
10. *Hobbin, S.* Accreditation of Queensland visitor information centers: A consumer – based perspective. // Journal of Vacation Marketing. 1999. №5(4). P. 387–399.
11. *Hwang Y.-H., Li Z.* Travelers' use of information obtained at tourist information centers: Comparison between information seekers and convenience stoppers // Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2008. №13(1). P. 1–17.
12. *Karipis, K.L., Tsimitakis, E.M., Skoultzos, S.G.* (2009). Contribution of Visitor Information Centers to promoting natural and cultural resources in emerging tourist destinations // International Journal of Tourism Policy. 2009. №2(4). P. 319–336.
13. *Key figures* for Norwegian travel and tourism 2016. Report. URL: <http://www.innovasjon Norge.no/contentassets/0d32e3231c0a4367a96838ee3bb5b294/key-figures-2016.pdf> (дата обращения: 04.04.2018).
14. *Lyu S.O., Lee H.* Preferences for tourist information centers in the ubiquitous information environment // Current Issues in Tourism. 2015. №18(11). P. 1032–1047.
15. *Mayer P., Pawlicz A.* Financing tourist information service. Comparative study of West Pomerania province, Poland and lake Balaton // Ekonomiczne problem turystyki. 2010. 14. P. 89–99.
16. *Mistilis N., D'ambra J.* (2008). The visitor experience and perception of information quality at the Sydney visitor information center // Journal of Travel and Tourism Marketing. 2008. №24(1). P. 35–46.
17. *Nova Scotia* com. Road map. 2017.
18. *A. Pawlicz* Cooperation between tourism industry and public authorities in dissemination of tourism information the case of Pomerania province in Poland // Service management. 2010. Vol. 6. P. 141–150.
19. *Tear-out map* of New Brunswick. 2017. Irving com.
20. *Tourist regions.* Newfoundland and Labrador. URL: <https://www.bbcanda.com/newfoundland> (дата обращения: 01.03.2018).

21. *True island flavour*. Prince Edward Island. Canada. Per highway map. 2017. Northumberland Ferries Limited.

References

1. *The official site of company LEX-systems «Geografiya deyatel'nosti vizovyh centrov»*, available at: <http://www.lexsystems.ru/ru/company-profile-lex-ru/our-practices-ru?id=52> (Accessed 4 may 2018).
2. *The official site of St.Petersburg Tourist Information Bureau “About us”* Городское туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга. available at: <http://ispb.info/about/> (Accessed 5 may 2018)
3. Zyryanov A.I. (2013), *Teoreticheskie aspekty geografii turizma* [Theoretical aspects of tourism geography], Perm State University, Perm, Russia.
4. Zyryanov A.I., Zyryanova I.S. (2015), *Samostoyatel'nye puteshestviya: marshrutnoe planirovanie* [Independent travel: route planning], Perm State University, Perm, Russia.
5. Minenkova V.V., Maksimenko A.G. (2015) “The experience of the tourism information center functioning in the south of Russia”, *Resort-recreational complex in the system of regional development: innovative approaches*, vol. 1(1), pp. 54-60.
6. *The official site of information and analytical magazine for specialists in the tourism industry Tourbisnes “Peterburg reshil prodvigat' sebya za rubezhom samostoyatel'no”*, available at: <http://www.tourbus.ru/news/11541.html> (Accessed 2 may 2018).
7. Saduov A.G., Mukanov B.O., Nursultan D.T. (2017) Application of the experience of EXPO-2017 in the creation of the tourist information center of the Republic of Kazakhstan, *Fundamental research*, vol. 11-2, pp. 439-444
8. Sarancha M.A., Masalev A.I. (2015), Experience in organizing the development of tourism in the polar regions of foreign countries, *Universities for Tourism and Service Association Bulletin*, vol. 4, no. 9, pp. 28-38.
9. Ballantyne, R., Hughes, K, Richic, B.V. (2009), Meeting the needs of tourists: The role and function of Australian information centers, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 26 (8), pp. 778-794.
10. Hobbin, S. (1999), Accreditation of Queensland visitor information centers: A consumer – based perspective, *Journal of Vacation Marketing*, vol. 5(4). Pp. 387-399
11. Hwang Y.-H., Li Z. (2008), Travelers' use of information obtained at tourist information centers: Comparison between information seekers and convenience stoppers, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol.13 (1), pp. 1-17.
12. Karipis, K.L., Tsimitakis, E.M., Skoultzos, S.G. (2009). Contribution of Visitor Information Centers to promoting natural and cultural resources in emerging tourist destinations. // *International Journal of Tourism Policy*, vol 2(4), pp. 319-336.
13. *Key figures for Norwegian travel and tourism 2016. Report*, available at: <http://www.innovasjon Norge.no/contentassets/0d32e3231c0a4367a96838ee3bb5b294/key-figures-2016.pdf> (Accessed 4 april 2018).
14. Lyu S.O., Lee H. (2015), Preferences for tourist information centers in the ubiquitous information environment, *Current Issues in Tourism*, vol. 18 (11), pp. 1032-1047.
15. Mayer P., Pawlicz A. (2010), Financing tourist information service. Comparative study of West Pomerania province, Poland and lake Balaton, *Ekonomiczne problem turystyki*, vol. 14, pp. 89-99.
16. Mistilis N., D'ambra J. (2008), The visitor experience and perception of information quality at the Sydney visitor information center, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol 24 (1), pp. 35-46.
17. *Nova Scotia com. Road map*. (2017).
18. Pawlicz A. (2010), Cooperation between tourism industry and public authorities in dissemination of tourism information the case of Pomerania province in Poland, *Service management*, vol. 6, pp. 141-150.
19. *Tear-out map of New Brunswick*. 2017. Irving com.
20. *Tourist regions. Newfoundland and Labrador*, available at: <https://www.bbcanda.com/newfoundland>. (Accessed 1 march 2018).
21. *True island flavour*. Prince Edward Island. Canada. Per highway map. 2017. Northumberland Ferries Limited.

Поступила в редакцию: 25.05.2018

Сведения об авторе**Зырянова Инна Станиславовна**

старший преподаватель кафедры туризма,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
Россия, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

e-mail: innaziryanova@mail.ru

About the author**Inna S. Zyrianova**

Senior Lecturer, Department of Tourism,
Perm State University;
15, Bukireva str., Perm, 614990, Russia

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Зырянова И.С. Географические особенности размещения туристских информационных центров // Географический вестник = Geographical bulletin. 2018. №3(46). С. 97–106. doi 10.17072/2079-7877-2018-3-97-106

Please cite this article in English as:

Zyrianova I.S. Geographical peculiarities of location tourist information centers // Geographical bulletin. 2018. №3(46). P. 97–106. doi 10.17072/2079-7877-2018-3-97-106

УДК 796.5 338.48-44(1-22)

DOI 10.17072/2079-7877-2018-3-106-114

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА
В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ****Владислава Андреевна Семиглазова**

SPIN-код: 1585-7664

e-mail: sva.vladasem@mail.ru

Донской государственный технический университет, Ростов-на-Дону

Концепт сельского туризма предполагает погружение туристов в сельскую местность и их знакомство с туристской дестинацией сквозь призму специфических особенностей, присущих этой территории. Достаточно хорошо специфика местности, её колорит проявляется в социокультурной среде. В статье характеризуются социально-культурные условия южного региона Ростовской области для развития туризма в сельской местности. Рассмотрено территориальное размещение объектов аттракции, таких как: историко-культурные, сакральные, гражданской архитектуры. Представлен событийный календарь и спектр культурно-досуговых мероприятий и сезонность их проведения в Ростовской области. Рассчитана динамика творческой активности сельского населения в разрезе «центро-периферийной» системы региона. На основе матрицы оценки социально-культурного блока на территории области выделены районы с максимальной, высокой, средней, пониженной и низкой социокультурной обеспеченностью.

Ключевые слова: социокультурная среда, Ростовская область, сельский туризм, историко-культурное наследие, событийные мероприятия.

**SOCIOCULTURAL CONDITIONS OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT
IN ROSTOV REGION****Vladislava A. Semiglazova**

SPIN-code: 1585-7664

e-mail: sva.vladasem@mail.ru

Don State Technical University, Rostov-on-Don

The concept of rural tourism assumes that tourists plunge into the rural zone and get acquainted with a tourist destination through a prism of specific features inherent in this territory. Rather well specifics of the area, its color are shown in the sociocultural environment. In article welfare conditions of the southern region of the Rostov region for development of tourism in the rural zone are characterized. Territorial placement of