

С.Б. Мичурин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.8

МАРШРУТЫ АКТИВНОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМАТИКА ТЕРМИНОЛОГИИ

Проблематика современной практики активного туризма обусловлена, прежде всего, разноплановым подходом к пониманию туризма его основными агентами — туроператорами, турагентами, организаторами туристских групп, лицами, сопровождающими их на местности, собственно туристами. Даже постоянно практикующие агенты современного активного туризма, обсуждая приоритеты туристского развития, зачастую не в состоянии понять друг друга из-за несогласованного восприятия основных понятий. Для удобства проектирования и обоснования туристского продукта представляется целесообразным согласованная интерпретация, применительно к активному туризму, основополагающих терминов.

Ключевые слова: активный туризм, нитка маршрута, туристское прохождение, туристский продукт, туристский продукт коммерческий, тактическая схема, линия движения, маршрутный коридор.

S.B. Michurin

Perm State University

ACTIVE TOURISM ROUTES: TERMINOLOGY ISSUES

The problematic of modern practice of active tourism is primarily due to the diverse approach to understanding tourism by its main agents - tour operators, travel agents, organizers of tourist groups, persons accompanying them on the ground, tourists themselves. Even the constantly practicing agents of modern active tourism, when discussing the priorities of tourism development, are often unable to understand each other due to the inconsistent perception of basic concepts. For the convenience of designing and justifying a tourist product, it seems appropriate to have an agreed interpretation, in relation to active tourism, of the fundamental terms.

Keywords: active tourism, route thread, tourist passage, tourist product, commercial tourist product, tactical scheme, traffic line, route corridor.

Проблематика современной практики активного туризма обусловлена, прежде всего, разноплановым подходом к её разрешению. Подтверждение несовершенства употребляемой терминологии в современной, достаточно беспорядочной, практике активного туризма не составляет труда. Достаточно того, что даже специалисты-практики активного туризма, обсуждая приоритеты туристского развития территории, зачастую не в состоянии понять друг друга из-за путаницы в основных понятиях.

На фоне острого дефицита специалистов именно в области туризма (обученных, либо имеющих реальный опыт в развитии туризма,

а не пришедших в данную сферу волею обстоятельств) который раз играет присущее некоторым экономистам стремление продавать ресурсы, игнорируя возможность создания продукта. И понятийная путаница прекрасно маскирует реально существующие проблемы — от кадрового обеспечения до безопасности пространственной реализации туров.

Что же имеют в виду разные агенты туристской практики, говоря «туристский маршрут»? Проектировщик продукта имеет в виду ресурсы территории, в частности — её потенциально привлекательные объекты. Владелец туристского предприятия — совокупность стимулирующих и ограничивающих факторов реализации этих ресурсов (как правило — без всякой даже потенциальной перспективы вложений в территорию-носитель). Продавец — комплекс возможных туристских и сопутствующих услуг в комплексе

© Мичурин С.Б., 2020

Мичурин Сергей Борисович,

к.г.н., доцент кафедры туризма Пермского государственного
национального исследовательского университета;
michura2004@rambler.ru

с возможностью часть из них продать, но не оказывать. Сопровождающий туристской группы — местность, по прохождении которой нужно вернуть в исходную точку всех людей и максимум снаряжения, причём людей — живыми и не предъявляющими претензий (как минимум!). Организатор группы туристов — возможность нетривиального досуга для себя и товарищей (характер этого товарищества различен, но на начальном этапе согласия участвовать в процессе — не всегда важен). Турист — участник разного мероприятия — способен видеть очень по-разному, что, так или иначе, объясняется пирамидой потребностей, постфактум. Впрочем, для участника группы (не туриста-индивидуала!) терминология не особо актуальна. Но для лиц, заинтересованных в активном туризме, как в процессе, терминология крайне важна, поскольку описывает его суть и динамику, даёт потенциальную возможность прогнозирования.

В плане возможной туристской эксплуатации территорий — ещё большая неопределённость. С одной стороны, до сих пор активно практикуют специалисты, отождествляющие активный туризм — в организационном аспекте — с туризмом самостоятельным. С другой — в административно-организационном аспекте — его принято связывать с экономически динамичными проявлениями — теми, где присутствует выраженный спонтанно сформировавшийся спрос на туристские и сопутствующие услуги.

Кроме того, выяснилось, что практикующие в области активного туризма специалисты зачастую не солидарны в плане терминологии, обеспечивающей целенаправленное формирование туристского и сервиса применительно к конкретным объектам и территориям.

Так некоторые специалисты полагают активный туризм в коммерческом отношении убыточным по определению, по аналогии с советским плановым и социальным туризмом.

Так многие практикующие специалисты — как теоретики, так и практики туризма, руководствуясь авторитетными выкладками экономистов, отождествляют между собой качественно разные понятия, например, туристский маршрут и туристский продукт.

Между тем, по определению закона РФ от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 08.06.2020) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», существуют вполне конкретные определения понятий «туризм», «туристский продукт», «туристский маршрут».

Туризм есть — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее — лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [1].

Туристский продукт — комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта [1].

Туристский маршрут — путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов [1].

В свете же современных реалий активного туризма, в частности, в связи с проблематикой целенаправленного развития туристских территорий, приобретает актуальность более современная терминология, являющаяся, по существу, развитием уже существующей и закреплённой законодательно.

В свете этого туристский маршрут не является тождеством туристского продукта.

Таким образом, для удобства проектирования и обоснования туристского продукта (прежде всего — идейного, тактического, технико-организационного) представляется целесообразным подтверждение (либо интерпретация), применительно к активному туризму, следующих определений, не претендуя, разумеется, на их немедленное законодательное закрепление.

В классическом понимании Закона [1] М.Б. Биржаковым [3] туристский маршрут есть путь следования туриста, обозначенный перечнем всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия, с указанием видов транспорта, используемых туристом для передвижения между пунктами остановок (пребываний) на маршруте. Исходной и конечной точками маршрута служат пункты начала и окончания путешествия. Начало маршрута — место оказания туристу первой туристской услуги, оговоренной в договоре, а конец маршрута — место оказания последней туристской услуги.

То есть, по сути, туристский маршрут есть не что иное, как нитка маршрут. В интерпретации для активного туризма это — оптимальная траектория движения туриста (туристской группы) [5]. Таким образом, маршрут ни коим образом не может являться тождеством туристского продукта.

По М.Б. Биржакову же, «часто туристский маршрут определяют как заранее спланированную трассу передвижения туристов в течение определенного периода времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания и дополнительных туристско-экскурсионных услуг. Туристско-экскурсионные организации заранее разрабатывают маршруты, включая в них определенный комплекс услуг: питание, проживание, экскурсии, спортивные и досуговые мероприятия и т.д.».

При этом точка зрения М.Б. Биржакова, что «*туристский маршрут* есть географически определенная, привязанная к данной местности и особенным объектам и описанная с различной степенью детализации трасса похода, путешествия» [3] приведённой выше позиции о маршруте, как о траектории движения, никак не противоречит. По его же утверждению, «маршрут есть путь следования туриста, обозначенный перечнем всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия, с указанием видов транспорта, используемых туристом для передвижения между пунктами остановок (пребываний) на маршруте. Исходной и конечной точками маршрута служат пункты начала и окончания путешествия. Началом маршрута является место оказания туристу первой туристской услуги, оговоренной в договоре, а концом маршрута — место оказания последней туристской услуги [3].

При этом, если отвлечься от коммерческих проявлений активного туризма, то активный туристский маршрут правомерно отождествить и с *туристским прохождением* — преодолением туристом (туристской группой) некоего участка пространства для удовлетворения определённой туристской мотивации.

В этом случае актуальным представляется дифференцирование в контексте активного туризма терминов «нитка маршрута», «туристский продукт», «туристское прохождение», «тактическая схема туристского путешествия», «линия движения», «маршрутный коридор».

Таким образом, в свете современной туристской практики, очевидно, логично принять следующее соотношение понятий.

Нитка маршрута — траектория движения туриста (туристской группы) максимально близкая к оптимальной, учитывая баланс между ведущей мотивацией путешествия (познание, общая релаксация, самоутверждение участников, их психологическая реабилитация, иные мотивации, связанные с восстановлением и повышением трудоспособности), реальным тактическим и иным обеспечением прохождения и его внешними

(объективными) условиями (термин, предлагаемый автором на базе источников [1, 3, 5] и им не противоречащий).

Туристское прохождение — движение конкретного туриста (туристской группы), имеющее целью удовлетворение конкретной ведущей мотивации путешествия, на протяжении конкретного временного промежутка внутри конкретного маршрутного коридора (термин, предлагаемый автором, не противоречащий источникам [1, 3, 5]).

Туристский продукт в общем его понимании — комплекс мероприятий (услуг) по удовлетворению туристской мотивации, в частности — по перевозке, размещению и иному прямому и опосредованному туристскому сервису (термин, предлагаемый автором на базе источников [1, 3, 5] и им не противоречащий). Возможен как проявление коммерческого, так и некоммерческого туризм, в том числе и самодеятельного.

Туристский продукт коммерческий — комплекс услуг по перевозке и размещению, иному прямому и опосредованному туристскому сервису оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта (термин, предлагаемый автором на базе источников [1, 3, 5] и им не противоречащий).

Тактическая схема туристского путешествия — пространственно-временная привязка мероприятий, направленных на удовлетворение конкретной ведущей мотивации путешествия (термин, предлагаемый автором, не противоречащий источникам [1, 3, 5]). Может рассматриваться как часть формируемого (или реализуемого) туристского продукта, так и как неотъемлемая часть конкретного (коммерческого или некоммерческого) туристского прохождения — *тактическая схема туристского прохождения*. Может выражаться в виде паспорта, описания, картосхемы и т.п., быть материализована или существовать лишь в сознании лидера (сопровождающего) туристской группы. В любом случае является неотъемлемой частью любого организованного или самодеятельного туристского прохождения.

Линия движения — частный случай нитки маршрута, рекомендованная или реальная траектория движения туриста (туристской группы) на местности учитывающая баланс между ведущей мотивацией путешествия, реальным тактическим и иным обеспечением прохождения и его внешними (объективными) условиями (термин, предлагаемый автором, не противоречащий [5]).

Маршрутный коридор в аспекте проектирования и обеспечения туристских проходов — полоса на местности — носитель всех инвариантов нитки конкретного маршрута, максимально отражающий возможности пространственно-временной привязки мероприятий, направленных на удовлетворение конкретной ведущей мотивации путешествия (термин, предлагаемый автором, не противоречащий источникам [1, 3, 5]).

Маршрутный коридор в аспекте организации и обеспечения опосредованного сервиса в активном туризме — полоса на местности — носитель всех инвариантов конкретной нитки маршрута, специально оборудованная для осуществления опосредованного и (реже) прямого сервиса при реализации туристских проходов на местности (термин, предлагаемый автором, не противоречащий источникам [1, 3, 5]).

Таким образом, расхожий термин «туристский маршрут» в современной туристской практике приобретает скорее разговорное, нежели профессиональное значение.

Библиографический список

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения 10.10.2020).
2. Туристские маршруты и их типы. URL: https://vuzlit.ru/371640/turistskie_marshruty_tipy (дата обращения 11.10.2020).
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб, издательский дом «Герда», 2000. — 192 с.
4. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. — М.: КНОРУС, 2008. — 400 с.
5. Единая всероссийская спортивная классификация туристских маршрутов (ЕВСКТМ) (категорирование маршрута и его определяющих препятствий (факторов) https://tssr.ru/files/materials/415/finishEVSKTM_141105.pdf