

ПОТЕНЦИАЛ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ

События являются одним из главных аттракторов для путешественников по всему миру. В рамках данной статьи были рассмотрены разные подходы к понятию событийный туризм, туристский потенциал. В практической части оценен потенциал событийного туризма в районах Пермского края. Оценка показала, что туристский потенциал в Пермском крае отличается территориальной неравномерностью. Наибольшее разнообразие событийных мероприятий наблюдается в центральной, восточной и северной группе районов. Не во всех территориях субъекта организовываются и проводятся событийные мероприятия, представляющие интерес не только для местного населения, но и туристов, проживающих за пределами муниципальных образований и региона.

Ключевые слова: событийный туризм, потенциал, фестиваль, ивент, Пермь.

M.A. Melnikov, A.A. Safaryan

Perm State University

POTENTIAL OF EVENT TOURISM IN THE PERM REGION

Events are one of the main attractors for travelers around the world. Within the framework of this article, various approaches to the concept of event tourism were considered. Further, the concept of tourism potential and, in particular, event tourism was considered. In the practical part, the potential of event tourism in the regions of the Perm region was assessed. The assessment of the potential showed that the tourist potential in the Perm region is characterized by territorial unevenness. The greatest variety of events is observed in the central, eastern and northern group of districts. Events, which have interregional and international importance, are missing in many parts of the region.

Keywords: event tourism, potential, festival, event, Perm.

Введение. Событийный туризм (СТ) является одним из интересных видов туризма для исследователей. С одной стороны, это разнообразные объекты изучения: традиционные праздники, спортивные мероприятия, концерты научные форумы и т.д. С другой стороны, это единственное средство притяжения туристов, благодаря развитию данного направления можно увеличить приток туристов на территорию за короткий период времени, при этом, территория может не иметь исторических или природных туристских аттрактантов. Событийный туризм становится важным

пунктом в стратегических планах по развитию туризма в конкретной дестинации. Примером может послужить город Владивосток, местные власти которого заключили соглашение с «Национальным конгресс-бюро», занимающимся развитием туризма в регионе и на международных рынках, используя событийную индустрию. Основная цель данного соглашения — продвижение инфраструктурных возможностей российских регионов на международных рынках, используя событийный потенциал региона [7].

Событийный туризм, нацеленный на привлечение внешних целевых аудиторий, также способствует развитию и продвижению туристских территорий внутри России. Даже учитывая эпидемиологическую ситуацию многие виды СТ продолжают привлекать туристов используя современные технологии [3].

© Мельников М.А., Сафарян А.А., 2020

Мельников Михаил Александрович,
магистрант 1 курса кафедры туризма, ПГНИУ;
Swedish123@yandex.ru

Сафарян Азат Арменович,
к.г.н., доцент, кафедры туризма ПГНИУ;
azatsafaryan@mail.ru

Отличительной чертой событийного туризма в России является его самобытность и индивидуальность. Он отличается от Европейского видами проводимых мероприятий, их организацией, оригинальностью идей. Например, день оленевода в Якутии, гонки на собачьих упряжках «Русский Север» в Вологодской области, «Грушинский фестиваль» бардовской песни в Самарской области, выставка инноваций «Сколково» в Москве.

В РФ популярные виды событийных мероприятий следующие: театрализованные шоу, национальные фестивали и праздники, фестивали и выставки цветов, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, модные показы и фестивали, аукционы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события, международные технические салоны.

Проведение множества разнообразных и непохожих друг на друга мероприятий подтверждает, что популярность событийного туризма в России на современном этапе возросла. Все большее количество людей стремится посетить и посещает различные регионы России в целях получения новых знаний о местах пребывания, непосредственного участия в данном виде туризма, что неизбежно влечет увеличение туристского потока в страну и положительно оказывается на экономической составляющей государства.

Вывод о популяризации событийного туризма в России, его развитии подтверждается официальными данными. РОССТАТ количество иностранных туристов, посетивших нашу страну в 2018–2019 годы [6], составило 70 тысяч 625 человек. Поскольку на территории Российской Федерации также преобладают другие виды туризма, то вычленить из указанного количества туристов тех, кто принимал участие конкретно в событийных мероприятиях, достаточно сложно. Однако можно смело предположить, что пик участия иностранных туристов в событийных мероприятиях на территории Российской Федерации приходится на 2018 год. В пользу данного предположения свидетельствует организация и проведение в нашей стране чемпионата мира по футболу.

Число граждан России, путешествующих по стране с целью участия в событийных мероприятиях, также неуклонно увеличивается. Об этом свидетельствует статистика посещений туристами национальных фестивалей, праздников, спортивных событий. Например «VK-FEST» ежегодно бывает более 90 тысяч человек на протяжении четырех лет. Суммарное количество туристов и болельщиков, побывавших в городах России во время чемпионата мира по футболу в 2018 году, составило порядка 6,8 миллионов человек.

Также, уникальной особенностью СТ является фактор информационного распространения. Поскольку события имеют ограниченную продолжительность (от нескольких дней до месяца), организаторы предпринимают активные шаги для привлечения максимального внимания. А участники, в свою очередь, оказавшись в центре событий не медлят с распространением своих фото, видео и других впечатлений по всему миру. В результате создается огромное информационное поле вокруг мероприятия. Ярким примером сказанного служит чемпионат мира по футболу, подготовка к которому начинается за несколько лет до его начала, когда объявляется принимающая страна.

Другой тонкостью СТ представляется его хрупкость зависимости от качества исполнения. Достаточно, чтобы один раз мероприятие сорвалось или было проведено не должным образом, количество посетителей уменьшается в разы. Приходится тратить дополнительные средства на восстановления имиджа. Например, международный фестиваль «Белые ночи в Перми» в 2015 году прекратил свое существование, разочаровав многих туристов, по крайней мере, соседних регионов. Между тем, успех предыдущих лет обеспечил популярность фестиваля не только в России, но и за рубежом. В отличие от этого мероприятия имеющие изначально региональное значение, переросли в международные, благодаря своему постоянству. Например, фестиваль «Театральный дворик» в Туле, который был организован в 2008 году директором местного театра. Изначально фестиваль был воспринят скептически и не пользовался огромной популярностью даже среди местного населения. Со временем значимость и масштаб фестиваля переросли в популяризацию данного события. Сегодня «Театральный дворик» — ведущий культурный фестиваль России. В 2017 году фестиваль собрал 120 тысяч человек в рамках своей площадки.

Практически в каждом регионе происходят события, представляющие культурную, историческую, спортивную, научную и иную ценность. Под событием обычно понимают совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов.

СТ — это вид туризма, ориентированный на посещение определенной местности в конкретное время, в связи с каким-либо событием. Иначе можно сказать, что событийный туризм — это направление туризма, в котором туристические поездки приурочены в каким-либо определенным мероприятиям. Суть его

Таблица 1

Классификация видов событийного туризма

Целевая аудитория	Виды
путешественники с деловыми целями	конгресс-туры, специализированные выставки и салоны, бизнес-форумы
спортивные болельщики, участники соревнований, спортивные менеджеры	спортивные состязания, соревнования различных уровней и значений
туристы с развлекательными целями	карнавалы, маскарады, массовые гуляния, городские праздники, театрализованные шествия, гастрономические фестивали
любители культурно-познавательного туризма (чаще местное население)	музыкальные, кинематографические, театральные фестивали, выставки искусств
представители субкультур и неформальных объединений	встречи байкеров, уфологов

состоит в принятии участия или посещении конкретного ивента в рамках готового тура.

М.Б. Биржаков справедливо отметил, что событийный туризм благодаря разнообразию туроров и мероприятий помогает их участникам сблизиться, подружиться, обменяться опытом в различных сферах деятельности, познакомиться с культурой разных стран и народов, укрепить их хозяйственную деятельность, возродить местные культурные традиции, повышать патриотизм, развивать народное творчество[2].

Более полная формулировка событийного туризма дана Д. Гетцем, который рассматривает событийный туризм как деятельность, направленную на посещение туристом дестинации с событийными целями, обращает внимание на характер использования туристом событийных ресурсов, то есть в качестве основной цели совершения путешествия либо сопутствующей запланированному отдыху.

Согласно позиции Всемирной туристской организации (UNWTO) и В.А. Квартальнову [4], систематизировавшему туристские мотивации, турист посещает дестинацию для того, чтобы отдохнуть и развлечься, пройти обучение, принять участие в соревнованиях, пройти курс оздоровления, посетить родственников, совершить паломничество, решить деловые проблемы. В каждой из перечисленных устремленностей так или иначе прослеживаются признаки событийности.

При таком подходе событийный туризм включает в себя такие виды туризма как оздоровительный, паломнический, деловой, связанный с развлечением, определяет разнообразие поездок, свидетельствует о возможности его использования в развитии территории.

События можно классифицировать или распределить следующим образом: культурные торжества, политические и государственные события, события в области образования и науки, события в области искусства и развлекательные события (выставки,

ярмарки, бизнес-форумы, концерты, церемонии награждения, спортивные события и конкурсы, социальные события.

По мнению А.В. Бабкина, при классификации событийного туризма события возможно распределить по следующим признакам: целевой аудитории, концепции событий и их организации [1]. В качестве примера можно привести ярмарки, выставки, в которых принимают участие как профессионалы, так и все желающие.

Согласно другому подходу этого автора, в основе классификации лежит тематика ивента или цель поездки. Поэтому различают деловые ивенты, ориентированные на работу и бизнес, и ивенты, ориентированные на отдых и рекреацию.

В основу классификации событий, предложенной профессором Канадского университета Калгари Дональдом Гетцем, положена только тематика событий.

Поскольку то или иное событие не может быть интересно всем без исключения, то при его планировании и организации обязательно учитываются потребности тех или иных групп населения, иначе — целевой аудитории.

Классификацию видов туризма по целевой аудитории можно представить следующим образом таблица 1.

И, наконец, возможно классифицировать событийный туризм по конечным целям мероприятия, как предложено В.А. Квартальновым [4]: коммерческие события, некоммерческие события.

Предложенные классификации не исключают друг друга, а, напротив, свидетельствуют и об особенностях событийного туризма, главная из которых заключается в его многообразии.

Следует помнить, что событийный туризм является еще и экономической категорией, так как связан с продажей услуг, получением доходов, созданием дополнительных рабочих мест, влияет на развитие связи, транспорта, строительства, производство товаров.

Среди функций событийного туризма можно выделить следующие:

- международное, межрегиональное и межнациональное сотрудничество;
- совершенствование социально-экономической инфраструктуры;
- увеличение занятости населения, способствующее улучшению его жизненного уровня;
- организация досуга, носящего развивающий характер;
- повышение образовательного, культурного, спортивного уровня жизни населения;
- обмен достижениями в области образования, науки, культуры, искусства, спорта;
- направленность на получение дохода от проведения событийных мероприятий.

Обладая широким спектром различных классификаций, не стоит забывать о их практическом применении и значимости в масштабах той или иной территории. Для этого необходимо выявить их туристский потенциал, оценить его.

Под туристским потенциалом В.А. Кусков понимает всю совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории [5]. Туристский потенциал территории изменчив и зависит от особенностей социокультурного образования, в пределах которого она расположена.

Туристский потенциал включает в себя туристский ресурсы и туристскую инфраструктуру. Туристские ресурсы подразделяются на три основные группы – природные, культурно-исторические и социально-экономические. К социально-экономическим ресурсам относятся элементы туристской инфраструктуры, а также трудовые, информационные, материально-технические, финансовые ресурсы, элементы управления и т.д.

Сформулированное понятие позволяет оценить потенциал событийного туризма в отдельно взятом регионе, в частности в Пермском крае. Для оценки потенциала необходимо выбрать и утвердить соответствующие критерии.

При выборе критерии использовались предложенная П.С. Ширинкиным методика по оценке культурного потенциала территории и формула оценки потенциала культурного туризма [9]. Учтено мнение автора о возможности уточнения и доработки данной формулы при применении.

В 2018 году Пермский край вошел в десятку наиболее посещаемых регионов по внутреннему туризму с показателем 92,6 тысяч организованных туристских групп. [6]

По данным событийного календаря в Пермском крае в 2019 году проведено 105 событийных

мероприятий. Поскольку город Пермь является столицей края, его туристическим центром, то большая часть мероприятий сосредоточена именно на его территории. В основном проводятся мероприятия в области культуры.

Так, в Перми в исследуемый период прошла 22-ая международная выставка-продажа Арт-Пермь, выставка «Сегодня 60», выставка «Сокровища музеев России», IV фестиваль фламенко в Перми, фестиваль «Ночь искусств», фестиваль «Ночь кино», Новогодний RED MARKET, Международный Рождественский фестиваль, фестивале «Гений места» Фестиваль уличных театров, Гастрономический фестиваль, мероприятия в области образования и науки. Пермский краевой общественный форум, Форум предпринимателей Пермского края, «Медиация как культура согласия: урегулирование конфликтов на местном уровне», «Оранжевый мяч», «Лыжня России» на всероссийский день бега «Кросс нации», чемпионат Пермского края по плаванию в спортивном комплексе «Олимпия», «Дягилевский фестиваль», фестиваль «Синяя птица», фестиваль «Компрос» и другие популярные события локального и международного уровня.

Событийные мероприятия организуются и в других населенных пунктах края и при этом пользуются популярностью среди туристов.: фестиваль «Зов Пармы», «Демидов флора фестиваль», «Вальс цветов», Фестиваль «Толстиковская ярмарка», «огни Гефеста», «Дети солнца.., фестиваль воздухоплавания «Небесная ярмарка», «Взлетка», «Четыре сезона», «Тайна горы Крестовой», «Акватория Беринга», «Чайковский зажигает звезды», «Барда зиен», «Небесная Ярмарка».

В крае не организованы и не проводятся конгрессы, аукционы, нет салонов. Немного событийных мероприятий международного и российского уровня. В основном в участие в событиях вовлечены жители того населенного пункта, где они непосредственно имеют место. Не все мероприятия имеют региональное значение.

Методология исследования: необходимым условием развития туризма в регионе, в том числе событийного, является оценка туристского потенциала.

На основе представленных критерииов оценки потенциала событийного туризма на территории Пермского края формула расчета будет выглядеть следующим образом:

$$Ст = [\sum \Delta_k + (K(p) + K(mp) + K(mp) + K(dr) + K(mp) + K(f) + K(c) + K(uz) + K(o))] / K(ul).$$

где Ст – потенциал событийного туризма;

$\sum \Delta_k$ – сумма баллов задостопримечательности;

$K(p)$ – разнообразие транспортных путей;

$K(mp)$ – разнообразие мест прибытия;

К(мр) — места размещения;
 К(др) — места досуга и развлечения;
 К(мп) — места питания;
 К(ф) — фестивали и туристские события муниципального, регионального и федерального уровня;
 К(с) — сезонность мероприятия;
 К(уз) — прирост узнаваемости субъекта (региона) благодаря наличию на его территории одного или нескольких туристских продуктов, представленных в виде событийных мероприятий;
 К(о) — освещенность субъекта в сети Интернет;
 К(уд) — время, за которое можно добраться до муниципалитета от краевого центра.

Далее полученная формула применяется на практике путем расчёта потенциала событийного туризма для Пермского края и входящих в него территориальных образований.

Предложенный способ балльной оценки потенциала событийного туризма в Пермском крае, проработанный А.Ю. Худеньких [8], характеризуется объективностью показателей, то есть их доступностью, измеримостью, закрепленностью в различных источниках. При подсчете использованы ключевые показатели для того, чтобы не усложнять оценку многообразием компонентов, не повысить риск ошибок при подсчете, иметь возможность сравнить потенциал событийного туризма в муниципальных образованиях относительно друг друга и скорректировать рассчитанное число баллов по основным показателям при помощи дополнительных коэффициентов в случае необходимости без искажения основных расчетов.

Для оценки потенциала событийного туризма в регионе рассматриваются следующие туристские районы: города Пермь, Соликамск, Чердынь, Кунгур, Оса, Чусовой, Чайковский, Губаха, Лысьва, село Барда.

Выбор данных населенных пунктов обоснован, поскольку география их расположения варьируется по всей территории Пермского края, на указанных территориях проходят самые популярные событийные мероприятия, наиболее часто посещаемые туристами. Названные территориальные единицы обладают транспортной доступностью. Организация мероприятий способна удовлетворить потребности людей в событийном туризме без ущерба и возникновения социально-экономических проблем у населения.

Результаты: по каждому из предложенных критериев оценивания каждый субъект получил следующее количество баллов Таблица 2

В результате использования указанных критериев каждая из исследованных

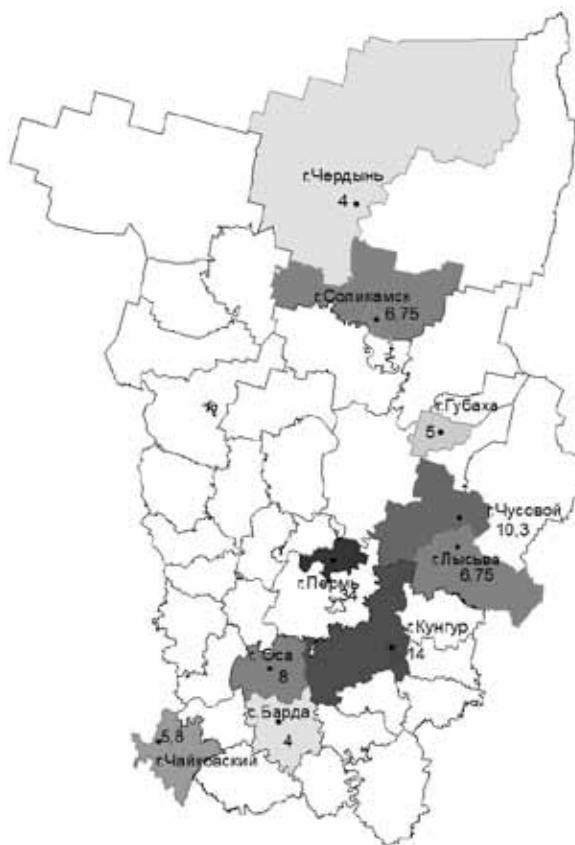


Рис. Потенциал событийного туризма субъектов Пермского края

в работе территорий набрала свое количество баллов. Балльная оценка позволила создать карту (рис.). Изложенные на рисунке данные подтверждают, что туристский потенциал в Пермском крае отличается территориальной неравномерностью, наибольшее разнообразие событийных мероприятий наблюдается в центральной, восточной и северной группе районов. Не во всех территориях субъекта организовываются и проводятся событийные мероприятия, представляющие интерес не только для местного населения, но и туристов, проживающих за пределами муниципальных образований и региона.

Предложенная оценка также обозначила проблемы развития событийного туризма в Прикамье. К ним относятся следующие:

- недостаточность квалифицированных кадров в области организации и проведения мероприятий событийного характера, специалистов-маркетологов именно для продвижения ивентов;
- невысокая вовлеченность представителей бизнес-структур к событийным мероприятиям, недостаточное осознание воздействия событийного туризма на экономику региона;
- недостаточная развитость туристской инфраструктуры в крае (сети учреждений общественного питания, коллективных

Таблица 2

Оценка потенциала событийного туризма субъектов Пермского края по предложенным критериям

Субъект Пермского края	Баллы, выставленные по критериям оценки потенциала событийного туризма Пермского края										
	К(уд)	К(п)	К(мпр)	К(мр)	К(мп)	К(др)	К(ф)	К(с)	К(уз)	К(о)	Σ(Дк)
г. Пермь	1	5	2	5	5	2	2	2	2	4	5
г. Соликамск	4	4	1	5	4	2	1	1	1	3	5
г. Чердынь	5	4	1	2	2	1	1	1	2	2	4
г. Кунгур	2	4	2	4	4	2	1	1	2	3	5
г. Оса	3	4	1	4	2	1	1	1	2	3	5
г. Чусовой	3	4	2	5	4	2	2	2	2	3	5
г. Чайковский	5	4	2	5	3	2	2	2	1	3	5
г. Губаха	5	4	2	5	3	1	1	1	1	3	4
г. Барда	4	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2
г. Лысьва	4	4	2	5	4	2	1	1	1	4	4

Далее числа по полученным критериям подставляем в вышеуказанную формулу.

Субъект Пермского края	Баллы, выставленные по критериям оценки потенциала событийного туризма Пермского края										
	К(уд)	К(п)	К(мпр)	К(мр)	К(мп)	К(др)	К(ф)	К(с)	К(уз)	К(о)	Σ(Дк)
г. Пермь	1	5	2	5	5	2	2	2	2	4	5
г. Соликамск	4	4	1	5	4	2	1	1	1	3	5
г. Чердынь	5	4	1	2	2	1	1	1	2	2	4
г. Кунгур	2	4	2	4	4	2	1	1	2	3	5
г. Оса	3	4	1	4	2	1	1	1	2	3	5
г. Чусовой	3	4	2	5	4	2	2	2	2	3	5
г. Чайковский	5	4	2	5	3	2	2	2	1	3	5
г. Губаха	5	4	2	5	3	1	1	1	1	3	4
г. Барда	4	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2
г. Лысьва	4	4	2	5	4	2	1	1	1	4	4

средств размещения, отличающихся качеством обслуживания и комфортностью, придорожной инфраструктуры, небольшое количество точек продажи сувенирной продукции);

■ отсутствие в настоящее время новых уникальных событий, отличающихся разнообразием и способных увеличить приток туристов.

На основании предложенного ранжирования региональные и муниципальные власти могут проанализировать сложившееся положение дел в области событийного туризма, попытаться добиться улучшения рейтинговых показателей, отождествляемых с занимаемым территорией конкурентным положением, что несомненно отразится на имидже территории и доверии целевых аудиторий. Более того, представленный рейтинг дает возможность муниципальным и краевым властям решить вопрос о финансировании наиболее перспективных субъектов для развития событийного туризма в дальнейшем, выделить из соответствующего бюджета лимиты для улучшения туристской инфраструктуры, объединить усилия бизнес-структур и специалистов в области организации и проведения событийных мероприятий для создания новых уникальных ивентов.

Представляется, что для развития событийного туризма в Пермском крае необходимо выполнить следующие мероприятия.

Вновь разработать региональную целевую программу развития туризма на последующие годы, включая событийный туризм, в которой предусмотреть субсидирование для развития туристской инфраструктуры, кадрового обеспечения, управление туристской отраслью, создание стимулирующих условий для организации и проведения событийных мероприятий.

Разработать инвестиционные проекты в области событийного туризма в целях привлечения бизнес-структур и специалистов-маркетологов для создания и продвижения событий на территории края.

Увеличить количество событийных мероприятий, связанных с проведением конференций, форумов, семинаров, студенческих олимпиад.

Популяризовать имеющиеся туристские продукты в сфере событийного туризма с помощью информационных ресурсов.

Проводить ежегодные конкурсы, направленные на повышение квалификации, профессиональных знаний работников в сфере событийного туризма.

Ежегодно проводить маркетинговый анализ рынка туристических услуг, влияния проведенных мероприятий на социально-экономическое состояние территорий.

Разработать совместно с другим регионом, граничащим с Пермским краем, событие, представляющее интерес для широких целевых аудиторий.

Выполнение названных мероприятий позволит разнообразить потребность людей в удовлетворении рекреационных потребностей, улучшит их физическое и социальное благополучие, будет способствовать более активному использованию имеющиеся туристических ресурсов, повысит доходы от туристической отрасли и, соответственно, усилит ее влияние на развитие экономики региона.

Заключение: Событийный туризм — явление достаточно молодое, но перспективное. Из обычных и традиций он перешел к организованным массовым мероприятиям, которые поддерживаются новыми технологиями, инструментами маркетинга и различными средствами продвижения.

Исследование показало, что не все территории Прикамья обладают туристской привлекательностью. В некоторых муниципальных образованиях недостаточно коллективных средств размещения, требуется преобразование и улучшение придорожной инфраструктуры, увеличение гостиничного фонда, улучшение качества обслуживания.

Анализ проведения туристских событий на территории края выявил, что событийные мероприятия, привлекающие внешние целевые аудитории, проводятся не во всех муниципальных образованиях, не все из них имеют региональное и российское значение. Вместе с тем Прикамье является регионом, где событийный туризм развивается, так как для этого имеются возможности и потенциал.

Проведенная оценка отразила наличие потенциала для дальнейшего развития событийного туризма, обозначила его проблемы, позволила определить комплекс

мероприятий для его дальнейшего развития и совершенствования.

Представляется важным, чтобы события реализовывались в низкий и средний сезоны и представляли интерес не только для местного населения, но и внешних целевых аудиторий. Событийные мероприятия должны быть организованы таким образом, чтобы они становились элементом бренда территории.

В целях развития событийного туризма и максимального использования имеющего в Прикамье потенциала следует более эффективно проводить работу со спонсорами для привлечения инвестиций, информационными партнерами для освещения планируемых событий, увеличивать количество и повышать качество событийных площадок, рассматривая для них площади, парки, набережные, центры досуга и развлечений, наращивать кадровый потенциал.

Библиографический список

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учеб. пособие. М.: Феникс, 2008. — 252 с.
2. Биржаков М.Б. Событийный туризм // Туристские фирмы. 2000. №23. С. 94–111.
3. Веденников А.П. Событийный туризм в реалиях пандемии. География и туризм. 2020. № 1. С. 45–47.
4. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. М: Финансы и статистика, 2002. 320 с.
5. Кусков А.С., Джалаадян Ю.А. Основы туризма: учебник М.: КНОРУС, 2008. 400 с.
6. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики Российской Федерации URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения 06.06. 2020).
7. Продвижение событийного туризма Владивостока // PRIM-TRAVEL. URL: <https://prim-travel.ru/2018/09/prodvizhniem-sobytiyного-turizma-vladivostoka-zajmutsya-federalny/> (дата обращения 06.06. 2020).
8. Худеньких Ю.А. Туризм в Пермском крае: территориальная организация и региональное развитие: автореферат дис. кандидата геогр. наук / Смол. гум. ун-т. Пермь, 2006. 26 с.
9. Ширинкин П.С. Оценка потенциала культурного туризма в Пермском крае // Вестник ассоциаций вузов туризма и сервиса. 2015. №3. С. 21–30.