

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ

GEOGRAPHY AND TOURISM

научный рецензируемый журнал

2 (10)/2022 тема номера:

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Учредитель:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Издатель:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Выходит 2 раза в год

Журнал издается кафедрой туризма ПГНИУ с 2005 года.

Предыдущее название «География и туризм / Geography and Tourism: сборник научных трудов» (до 2017 г.)

Редакционная коллегия:

Александрова А. Ю. (д. г. н., г. Москва),
Волк Е. Н. (к. э. н., г. Пермь)
Дунец А. Н. (д. г. н., Барнаул)
Ивлиева О. В. (д. г. н., г. Ростов-на-Дону),
Королев А. Ю. (к. г. н., г. Пермь)
Мажар Л. Ю. (д. г. н., г. Смоленск),
Миненкова В. В. (к. г. н., г. Краснодар)
Мичурин С. Б. (к. г. н., г. Пермь)
Мышлявцева С. Э. (к. г. н., г. Пермь)
Сафарян А. А. (к. г. н., г. Пермь)
Харитонов Н. В. (к. э. н., г. Пермь),
Щепеткова И. О. (к. г. н., г. Пермь)

Главный редактор:

Зырянов А. И. (д. г. н., г. Пермь)

Ответственный секретарь:

Фирсова А. В. (к. г. н., г. Пермь)

Верстка:

Сидоров В. В.

Издание включено в национальную информационно-аналитическую систему
«Российский индекс цитирования» (РИНЦ)

Адрес редакции:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
географический факультет, кафедра туризма,
тел.: (342) 2-396-601; e-mail: turizm@psu.ru, firssowa@mail.ru

Фото на обложке: Виадуки в Октябрьском районе, автор Михаил Худорожков.

© ПГНИУ, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

Павлова В. И. ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ	5
Салахова Э. М., Фролова И. В. О МЕЖДУНАРОДНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ: МНЕНИЕ, СРАВНЕНИЕ, АНКЕТИРОВАНИЕ	12

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Миненкова В. В., Лазарева В. А. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ИСТОРИЯ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	23
Ма Цзэя, Лю Чэнь, Ивлиева О. В. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА	31
Максимов Д. В., Сапожникова Т. Ю. ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА ГОРОДА КРАСНОДАРА	35
Мышлявцева С. Э. АНАЛИЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ РАЗМЕЩЕНИЙ: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛАХ ПЕРМСКОГО КРАЯ)	42
Лузина Е. Г., Шарифулин С. Р. ИНТЕРЕС К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ВИРТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА СФЕРЫ NORECA	49

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Лучников А. С., Рудакова И. С. КАРТОГРАФИЧЕСКАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ОБЪЕКТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛОГО ГОРОДА (на примере Чусового)	54
Макарцева Л. В. МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ — ЗНАЧИМЫЕ ОБЪЕКТЫ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА	62
Баландина Я. А., Фролова И. В. БАЗОВЫЙ И ОРИГИНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ ПО «БЕЛЫМ ПЯТНАМ» ПЕРМСКОГО КРАЯ	66
Шумкина Т. Ю., Климов Н. Н. ТУРИСТСКИЙ БРЕНД В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	77

АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Кицис В. М., Плотникова М. С. ГЕОГРАФИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКИХ МАКРОРЕГИОНАХ МИРА	81
Овечкина П. А., Сметанина А. И. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРИРОДНОГО ЗАКАЗНИКА «ПИЖЕМСКИЙ»: РЕСУРСЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ	87
Мичурин С. Б., Шарифулин С. Р. ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛЕВЫХ УЧЕБНЫХ ПРАКТИК ПО СЕРВИСУ В ТУРИЗМЕ: ЭТАП ПОДГОТОВКИ	93

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ И МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО

Фирсова А. В. ТИФЛОКОММЕНТАРИЙ — СПОСОБ СОЗДАНИЯ ИНКЛЮЗИВНЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ	96
Парфенова А. Г. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИЙ В ФОРМАТЕ IZI.TRAVEL НА ПРИМЕРЕ ЭКСПОЗИЦИИ МУЗЕЯ «БОЕВОЕ БРАТСТВО» ГБОУ СОШ №625 НЕВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	102

ПРЕДИСЛОВИЕ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, исследования в сфере сервиса и маркетинга турпродуктов, работы по экскурсоведению, музейному делу и туристскому брендингу.

В настоящий выпуск журнала включены статьи, которые поступили в редакционную коллегию в соответствии с тематическими рубриками издания. Это исследования представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды и практиков туризма из городов: Москвы, Кирова, Краснодара, Саранска, Саратова, Ростова-на-Дону, Перми, Санкт-Петербург.

В статьях рассмотрены вопросы, развития отдельных видов туризма в России и за рубежом: теоретические аспекты образовательного туризма, эволюция научных представлений о туристско-рекреационных системах, перспективы создания национальных туристских маршрутов, вопросы пространственного развития гостиничного сервиса, география мировых центров экстремального туризма, подходы к картографированию историко-культурного центра города с целью создания экскурсионных маршрутов, технология разработки аудиогидов и тифлокомментария.

На обложке журнала традиционно размещается фотография одного из популярных туристских объектов Пермского края.

Журнал будет интересен тем, кто занимается проблемами туризма и сервиса в России и мире.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

В. И. Павлова

Московский государственный университет

УДК 379.85

ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

В статье рассматривается эволюция научных взглядов о территориальной организации туризма отечественных и зарубежных исследователей. На протяжении многих лет данная тема является актуальной в географии туризма и рекреационной географии. Стремительно развиваются представления о пространственной организации туризма, ее основных компонентов, условиях развития. Несмотря на наличие множества работ по данной тематике, отдельные ее аспекты остаются слабо разработанными, что обуславливает актуальность и теоретическую значимость систематизации существующих научных подходов. В статье рассматриваются отечественные и зарубежные модели территориальных туристско-рекреационных систем (ТТРС), дается их краткая характеристика. Проводится аналогия между зарубежными и отечественными подходами к сущности и содержанию территориальных туристско-рекреационных систем. Так, зарубежные подходы отличаются от отечественных тем, что в них изначально была заложена туристская специфика, имеющая преимущественно экономико-отраслевой и управленческий характер. В то время как отечественные подходы основывались на рекреационной составляющей, где основными целями являются социальные и медико-биологические. Отечественные модели пространственной организации туристско-рекреационной деятельности основаны на системном подходе, однако в последнее время актуальным становится подход, основанный на устойчивом развитии. Анализ отечественных и зарубежных подходов к изучению территориальной туристско-рекреационной системы позволил уточнить определение ТТРС и её компонентов.

Ключевые слова: система, территория, туризм, территориальная организация туризма, территориальная рекреационная система, туристско-рекреационная система, эволюция.

V. I. Pavlova

Moscow State University

EVOLUTION OF SCIENTIFIC IDEAS OF TERRITORIAL TOURIST AND RECREATIONAL SYSTEMS

The article considers the evolution of scientific views on the territorial organization of tourism of domestic and foreign researchers. For many years, this topic has been a topical issue in tourism geography and recreational geography. The ideas about the spatial organization of tourism, its main components, the conditions of development are developing rapidly. Despite the presence of many works on this topic, some aspects of it remain poorly developed, which makes the relevance and theoretical significance of systematization of the existing scientific approaches. The article considers domestic and foreign models of territorial tourist-recreational systems (TTRS), gives their brief characteristics. The analogy between foreign and domestic approaches to the essence and content of territorial tourist-recreational systems is carried out. Thus, foreign approaches differ from domestic ones by the fact that they were originally based on tourist specifics, having mainly economic, sectoral and managerial nature. While domestic approaches were based on the recreational component, where the main objectives are social and medical-biological. Domestic models of spatial organization of tourist and recreational activity are based on the system approach, but recently the approach based on sustainable development has become relevant. The analysis of domestic and foreign approaches to the study of the territorial tourist-recreational system allowed us to clarify the definition of TTRS and its components.

Keywords: system, territory, tourism, territorial organization of tourism, territorial recreational system, tourist-recreational system, evolution.

Территориальные туристско-рекреационные системы (далее — ТПРС) — одна из ключевых задач исследования географии туризма и рекреационной географии, которая раскрывает пространственную организацию туристической деятельности.

Исследования ТПРС касались ключевых вопросов как рекреационной географии, так и географии туризма и обозначались зарубежными исследователями, начиная со второй половины XIX в. В европейской научной среде рекреационную географию часто определяли как географию туризма (И. Страднер, К. Шпютц, Р. Энгельманн, Р. Глюксманн и другие) [1]. Основоположниками исследований рекреационной географии в нашей стране являлись московские ученые-географы В. С. Преображенский, Ю. А. Веденин, Н. Н. Мирошниченко, А. А. Минц, И. В. Зорин, В. А. Квартальнов, И. Т. Твердохлебов и др.

Общность в исследованиях ТПРС отечественных и зарубежных ученых была связана с использованием системного подхода, который преобладал на тот период. Системный подход научных исследований был выдвинут биологом Людвигом фон Бергаланфи в 1968 году, стал использоваться повсеместно [7]. Это дало возможность по-новому подойти к предмету исследования рекреационной географии и пространственному развитию туризма. Начиная со становления рекреационной географии как самостоятельной научной дисциплины (середина 1970-х гг.) идет эволюция представления о ТПРС, которые рассматриваются как предмет исследования рекреационной географии. Отечественные модели ТПРС включали в себя следующие (табл. 1).

Итак, вопросы о пространственной организации туристско-рекреационной деятельности представляют собой сложный процесс исследования, где учитываются различные факторы и подходы, но преобладающий подход — системный.

На протяжении планового ведения хозяйства в исследованиях ТПРС преобладал нормативный подход. Но после 1990-е гг. наметился сдвиг в сторону поискового подхода в изучении территориальных туристско-рекреационных систем и дальнейшей социологизации рекреационных моделей [2]. В конце 1990-х гг. актуальным стало рассмотрение туристско-рекреационной системы как экономической системы. Данным вопросом занималась профессор кафедры рекреационной географии и туризма А. Ю. Александрова. Таким образом, территориальная туристско-рекреационная система, с одной стороны, географически определенная территория, а с другой — совокупность экономических процессов, происходящих на данной территории.

С конца 1990-х гг. предметом исследования в рекреационной географии становится

изучение пространственных особенностей поведения людей в процессе туристско-рекреационной деятельности и размещения туристско-рекреационных объектов. Туристско-рекреационная система формируется под влиянием потребностей людей. В XXI в. туристские потребности человека претерпели новые изменения [6].

В начале 2000-х гг. появляется подход, в большей степени направленный, с одной стороны, на устойчивое развитие, а с другой — на экономический аспект.

В последние годы исследователи в развитии рекреации и туризма уделяют внимание анализу ТПРС различного уровня: локального, регионального и национального. Обусловлено это увеличением количества туристских прибытий в территориальные единицы разного иерархического уровня (муниципалитета, региона), активизацией форм и видов отдыха, а также готовностью туристских предприятий оказывать услуги как прибывающим туристам, так и местным жителям на федеральном, региональном и муниципальном уровне.

Следует отметить, что подходы исследователей схожи в том, что ТПРС представляет собой совокупность элементов туризма. Однако, что включает в себя эта совокупность является моментом дискуссионным.

Параллельно с исследованиями отечественных ученых концепцию ТПРС разрабатывали зарубежные исследователи. В зарубежных исследованиях с точки зрения терминологии больше используется понятие туристской системы и дестинации.

К зарубежным моделям следует отнести модель туристской системы Н. Лейпера, разработанную в 1979 году, которая рассматривала туризм с точки зрения территории, генерирующей туристские потоки и территории, принимающей туристские потоки. Выделялся «транзитный регион» [8].

В данном случае системный подход заключался в том, что рассматривались те условия и факторы, которые необходимы для формирования и в транзитном регионе, и в регионе конечного назначения определенных предприятий и организаций, которые формировали бы территориальный туристский продукт.

Существуют и другие зарубежные модели туристских систем, которые можно объединить в четыре класса:

- 1) пространственные модели туристских путешествий;
- 2) модели отбытий-прибытий туристов;
- 3) структурные модели туризма;
- 4) модели пространственного развития туризма [2].

Рассмотрим основные характеристики этих моделей в таблице (табл. 2).

Таблица 1

Характеристика отечественных моделей ТРС [2;3;4;5]

Модель	Исследователи	Характеристика модели
Начальный этап (1 этап). Конец 60-х – середина 70-х годов XX века. Становление рекреационной географии как самостоятельной научной дисциплины и определение предмета исследования рекреационной географии		
Базовая модель территориальной рекреационной системы	В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин, Б.Н. Лиханов, Л.И. Мухина, Л.С. Филиппович (1963–1975 гг.)	Модель оказалась переломной в теории и методологии изучения географических аспектов туризма. Представлена как социальная географическая система, состоящая из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих, природных и культурных комплексов, технических систем, обслуживающего персонала, органа управления, обладающих функциональной и территориальной целостностью. В основе — человек и его потребности, которые диктовали требования ко всем остальным составляющим системы.
2 этап. Конец 70-х — конец 80-х гг. Этап укрепления позиций рекреационной географии. Уточнение представления о территориальных рекреационных системах		
Модели субъектно-и объектно-центрированных территориальных рекреационных систем	П. Кавалюскас (1980 гг.)	Формирование ТРС в пространственно-временном контексте. В основе субъектно-центрированных моделей (демогеографических) — циклы деятельности отдыхающих, их выбор места отдыха. Центром являются места генерирования потребностей. В основе объективно-центрированных моделей (ресурсно-географических) — технология процессов, определяемых особенностями функционирования и развития территории, её инфраструктуры, ресурсов, материально-технической базы.
3 этап. 1990-е гг. Этап трансформации рекреационной географии и расширения представления о предмете исследований рекреационной географии и формирование моделей территориальных ТРС с учетом новых рыночных подходов и формирования концепции устойчивого развития		
Графическая «средовая» (адаптивная) модель рекреационной системы	Н.С. Мироненко, Э.М. Эльдаров (1996 г.)	Появилась в связи с переходом к рыночным отношениям, изменениями рекреационных потребностей, вопросом об экологизации. В основе лежат принципы самоорганизации рекреационной деятельности в открытом обществе, рыночной среде. Рассматривалась как разновидность территориальной социально-экологической системы, в основе которой лежат два типа взаимной адаптации: «социум — природная и хозяйственная среда» и «социум — социальная среда». Принцип управления — согласование интересов «гостей» и «хозяев» на основе принятия компромиссных решений.
Пространственная модель функционирования мирового туристского рынка	А.Ю. Александрова (середина 1990-х гг.)	Формирование ТРС в контексте рыночных отношений. В основе — анализ стран Центра, Полупериферии и Периферии мирового туризма. Центр образуют ведущие страны мира, Периферия (может быть «глубокая» и «продвинутая») является противоположной по отношению к Центру. Полупериферия занимает промежуточное положение, смягчающая полярность пространственной структуры.
4 этап. Начало XXI века. Внедрение принципов устойчивого развития в исследованиях рекреации и туризма		
Модель территориальной туристско-рекреационной системы на принципах устойчивого развития и экологизации	А.Ю. Шайдаров М.А. Саранча А.Ю. Баядян М.Л. Некрасова А. С. Рязанцев Г.Г. Петросян и др. (начало 2000-х гг.)	В основе следующие принципы: 1. Рациональное использование историко-культурных и природных ресурсов. 2. Удовлетворение туристско-рекреационных потребностей человека при соблюдении «интересов» всех компонентов системы. 3. Гарантия жизнеспособных экономических операций, распределяя преимущества для всех участников, в том числе максимизировать вклад участников туристского рынка в экономическую составляющую системы и, как следствие, формировать гармонические отношения между социо-культурной и экономической составляющими системы.
5 этап. 2017 г. — по настоящее время Развитие территориальных ТРС разного ранга. Пространственное развитие туристско-рекреационных систем на основе мастер-планирования территорий (согласно Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года)		
Модель территориальной туристско-рекреационной системы разного ранга	Л.Б. Максанова Т.В. Рассохина Н.В. Пенкина О.Ю. Шахова А.А. Никифорова О.В. Чернявская	В основе: 1. Совокупность разнообразных пространственно четко выраженных элементов туристско-рекреационной деятельности в туристском пространстве региона. 2. Локализация проектов по развитию туристской территории. 3. Включение территории точек притяжения, мест локализации коллективных средств размещения, зоны объектов вспомогательной и транспортной инфраструктуры, обеспечивающей развитие туристской территории и иных зон.

Таблица 2

Характеристика зарубежных моделей туристских систем [2]

Модель	Исследователи	Характеристика модели
Пространственные модели туристских путешествий (основаны на перемещениях туристов)	Ж.М. Миосек (1960–1970 гг.)	В освоении туристского пространства лежит ядро — поставщик туристов, который окружен четырьмя основными зонами, характеризующимися разными мотивами путешествий и затратами на них. Зоны зависят от наличия факторов, которые могут привести как к позитивным, так и негативным деформациям зон. Сохраняется основной принцип, меняется площадь посещений (между международным и внутренним туризмом).
	П. Мариот (1980–1990 гг.)	Связь места постоянного проживания туриста с местом назначения (туристским центром) тремя типами маршрутов: маршрутами доставки туристов туда, маршрутами доставки туристов обратно и маршрутами отдыха (перемещения в процессе самого отдыха).
	С.К. Кемпбелл (1980–1990 гг.)	Выделение трех групп туристов: «отдыхающих», целью которых является отдых; «путешествующих», для которых сама поездка является отдыхом наряду с несколькими остановками в пути; «отдыхающих путешественников» — туристы, которые останавливаются в туристских центрах и совершают короткие выезды из них. Основа модели — маршруты, а не потоки.
Структурные модели туризма (влияние международного туризма на развивающиеся и наименее развитые страны мира, рассмотрение моделей развития локального, регионального и национального уровней).	Ж.О.Ж. Лундгрэн (за основу взял теорию В. Кристаллера и А. Лёша) (1979 г.)	Концептуальная модель туристского детонационного пространства. Построил иерархический ряд туристских дестинаций: крупный город-центр для всех других туристских дестинаций, периферийные городские туристские дестинации, сельские дестинации, дестинации с хорошо сохранившейся природной средой. В более поздних работах Ж. О. Ж. Лундгрэн построил иерархический ряд туристских дестинаций для отдельно взятой страны — Канады. В качестве ядра туристского пространства, своеобразного «центрального места» рассматривается юг страны, где расположены ее главные туристские дестинации.
Модели отбытий-прибытий туристов	С.Ж. Бритон (схожи мнения Ж. Каза, Т. Л. Хиллса, Ж. О. Ж. Лундгрена) (1982 г.)	Особенности развития туризма в странах Периферии и Полупериферии мирового хозяйства и анализ степени влияния на них стран Центра — бывших метрополий. Высококонцентрированные рынки находятся в крупных городах национального значения. В моделях также показан низкий уровень деконцентрации туризма в отсталых странах. Прибыв в развивающуюся страну, туристы оказываются на курортах-анклавах. Их передвижение внутри принимающей страны ограничивается в основном переездами из одного такого анклава в другой. Включение стран Периферии в мировое туристское пространство осуществляется под контролем и происходит исключительно в интересах транснациональных коммерческих структур со штаб-квартирами в метрополиях.
	Д.Ж. Пирс (начало XXI в.)	Территориально-хозяйственная структура городов, выполняемая ими функция приема и отправки внутренних и международных туристов, а также география туристских потоков. Схема состоит из трех частей, соответствующих важнейшим функциям крупных городов как ядер поляризации туристского пространства. Туристические потоки в виде радиусов расходятся от города, окруженные тремя уже известными концентрическими кругами посещений — зоной однодневных поездок, зоной отдыха по выходным, которая одновременно является загородной зоной, и зоной отдыха во время отпуска. Туристические потоки неравномерно распределены по всей территории. Город генерирует туристские потоки и выступает важным транзитным пунктом — остановкой на туристическом маршруте, региональным центром сбора туристов с последующим их распределением по курортам, пунктом въезда в страну и выезда из нее.

Указанные четыре типа моделей развития туризма очень четко были привязаны к пространственным особенностям и рассматривали формирование ТПРС с точки зрения географических подходов. Таким образом, за рубежом появились разные географические модели туризма. Они, как правило, разрабатывались независимо друг от друга, продолжали развивать основные положения более ранних трудов

и были не совсем взаимосвязаны между собой. Однако некоторые темы нашли своё освещение во многих публикациях. Это пространственное взаимодействие элементов туристской системы — районов, откуда приезжают туристы, и районов, являющихся их местом отдыха, зависимость величины туристского спроса от дальности путешествия, представление об иерархии туристского пространства.

Модель	Исследователи	Характеристика модели
Модели пространственного развития туризма (представление о структурах территориальных систем туризма, раскрытие движущей силы и этапов эволюции, а также характер функционирования, анализ стадий развития туристской дестинации и величины туристского потока).	С.С. Плог (1960–1970 гг.)	Связи стадии развития дестинации с психографическими характеристиками основного контингента посетителей. Выделено два типа личностей — психоцентрики и аллоцентрики. Контингент туристов меняется с развитием туристской территории. На начальной стадии основные посетители дестинации — аллоцентрики (первопроходцы). Но как только дестинация становится более обустроенной и известной, среднецентрики вытесняют аллоцентриков. На стадии, когда дестинация уже перестала быть экзотической, но еще не является традиционной, она принимает наибольшее число посетителей. Одновременно начинается ее угасание. Дестинация всё больше коммерциализуется, утрачивая туристскую привлекательность.
	Ж.М. Миосек (1960–1970 гг.)	Динамическая модель территориальной организации туристской деятельности, сочетающая географический и психологический подходы. Выделение четырёх стадий освоения туристского пространства. На ранних стадиях (первая и вторая) территорию открывают туристы. Появляется первый курорт. С ростом его популярности физическое пространство заполняется туристическими объектами, формируется своеобразное «поле» из отдельных точек — мест и предприятий отдыха (второй и третий этапы). Осведомленность туристов о месте назначения растет. Местное население и руководящий орган переходят к реализации политики в области инфраструктуры и выполнению сервисных функций соответственно. Дальнейшее развитие туристско-географического пространства (четвертый этап) идет в направлении концентрации точек в отдельных местах области. Формируются локализации — относительно географически интегрированные специализированные туристические системы. Этот район становится широко известным.
	Е. Горсмен (1960–1980 гг.)	Изучение процесса организации туризма на приморских территориях, изменение ряда его характеристик в пространстве и времени. Проследивание эволюции приморских курортных районов на протяжении практически двухсот лет, проведение периодизации и выявление стадии их развития. Подтверждение основных положений центрально-периферической концепции о неоднородности Периферии, опережающем развитии ближайшей Периферии, тесно связанной с Ядром (в данном случае — странами и регионами Европы, генерирующими туристские потоки с целью отдыха на море) и непосредственно от него получающей импульсы к развитию, и слабом мобилизирующем влиянии Ядра на дальнюю Периферию.
	Р.В. Батлер (1980 г.)	Стадийность в развитии туристской территории (жизненный цикл туристской дестинации). Выделено шесть последовательных стадий эволюции туристской дестинации: разведка, вовлечение, развитие, укрепление, стагнация, упадок или обновление. Главным показателем перехода от одной стадии к другой является изменение количества туристских прибытий, состояние природной и социокультурной среды.

Исследования по территориальной организации туризма можно условно разделить на три временных этапа (табл. 3). Необходимо отметить, что изучение пространственной организации туризма включает в себя исследования динамических процессов, в том числе изменений самой территориальной организации под влиянием множества факторов, значимость которых различалась в зависимости от этапа.

На основании проведенного исследования и пытаясь провести аналогию между зарубежными и отечественными подходами к сущности и содержанию территориальных туристско-рекреационных систем можно утверждать, что зарубежные исследования данной проблемы категорически отличаются от отечественных, так как в них изначально была заложена туристская специфика, имеющая преимущественно экономико-отраслевой и управленческий характер, то есть конечной целью

является прибыль, и туризм рассматривался как сфера хозяйственной деятельности и бизнеса без учёта социальной составляющей ТПРС. В отечественных исследованиях основной упор делался на рекреационную составляющую, где основными целями являются социальные и медико-биологические цели (на первом месте потребитель, турист).

Вместе с тем зарубежные и отечественные подходы оказались ценными не только с точки зрения теории, но и практики, так как сформировали основы для комплексного подхода к решению стратегических задач развития туристско-рекреационной сферы на различных иерархических уровнях.

Анализ отечественных и зарубежных подходов к изучению территориальной туристско-рекреационной системы позволил нам уточнить определение ТПРС, под которым понимается географически определённая

Таблица 3

Этапы эволюции взглядов на территориальную организацию туризма

Этап	Основные положения, характеризующие данный этап	Исследователи	Основные теории / год возникновения
1960-1980 гг.	Туристско-рекреационная система как форма пространственной организации туристско-рекреационной деятельности. Системный подход. Антропоцентризм. Типология туристов и дестинаций.	В.С. Преображенский	Модель территориальной рекреационной системы, 1975.
		Н. Лейпер	Концепция туристской системы, 1979.
		Ж.О.Ж. Лундгрэн	Модель туристского пространства, 1979.
		Ж.М. Миосек С.С. Плог Е. Горсмен	Модели восприятия и освоения туристами туристской дестинации.
1980-1990 гг.	Введение понятий территориальной организации туризма: дестинация, кластер. Характеристика компонентов.	П. Мариот С.К. Кемпбелл	Маршрутные модели путешествий.
		Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов	Рекреационный район/регион, 1981.
		Н. Лейпер	Концепция туристской дестинации.
		С.Ж. Бритон	Структурная модель туризма, 1982.
		Р. Батлер	Модель жизненного цикла туристской дестинации, 1980.
Начало XXI в.	Усиление коммерческой, экономико-управленческой составляющей. Развитие кластерного подхода, центр-периферическая модель. Экологизация научных исследований. Рассмотрение параметров устойчивости ТТРС.	А.Ю. Александрова	Центро-периферическая модель туристского пространства.
		Л.Ю. Мажар	Концепция ТТРС, 2009.
		Ф. Пирс К.М. Холл	Факторы поведения туристов.
		М. Бени, С. Нордин	Туристские кластеры, 2003.

совокупность динамичных, иерархично подчиненных и взаимосвязанных компонентов, результатом взаимодействия которых является удовлетворение туристско-рекреационных потребностей человека при устойчивом развитии и функционировании всех подсистем на основе использования туристско-рекреационного потенциала территории. К числу основных компонентов ТТРС относятся: турист; субъекты туристского рынка; комплекс туристско-рекреационных ресурсов; экономико-управленческая и социальная составляющая (местное и принимающее сообщество, социальные институты, учебные заведения, а также органы управления); общая и специализированная туристская инфраструктура; смежные с туризмом отрасли (лечебно-профилактические учреждения, природные парки, музейные комплексы, предприятия розничной торговли, выставочные комплексы, предприятия по производству сувениров); информационная инфраструктура (туристско-информационные центры, туристические порталы, агентства по развитию туризма).

Следует подчеркнуть особую роль инвестора в данной системе. Турист напрямую не контактирует с данным сегментом. Однако инвесторы являются компонентом, которые приходят извне, и таким образом, формируют

инвестиционный климат внутри системы. Инвесторы взаимодействуют со всеми компонентами системы: общей и специализированной туристской инфраструктурой, объектами туристского показа, экономико-управленческой средой (зачастую, взаимодействие инвестора происходит с органами управления), смежными с туризмом отраслями. Так, роль инвестора на сегодняшний день крайне важна в создании условий для привлечения инвестиций в целях развития территории.

Основой изучения территориальных туристско-рекреационных систем является системный подход, базирующийся на индикаторах и принципах устойчивого развития туризма (в 2002 году).

Таким образом, основной принцип формирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем в настоящее время — принцип устойчивости и эффективности развития.

Павлова Вероника Игоревна,
магистрант кафедры рекреационной географии
и туризма, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова;
vi_pavlova_99@mail.ru

Библиографический список:

1. Боровков, А.Н. Основные этапы развития Отечественной и зарубежной рекреационной географии / А.Н.Боровков // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. 2012. № 1. С. 78–83.
2. География туризма: учебник / коллектив авторов ; под ред. А.Ю. Александровой. — 3-е изд., испр. М. : КноРус, 2015. 592 с.
3. Рязанцев, А.С. Территориальные туристско-рекреационные системы Воронежской области / А.С.Рязанцев, Г.Г.Петросян // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2015. № 3(268). С. 194–198.
4. Уткина, И.П. Туристско-рекреационные системы горного Алтая / И.П.Уткина // Геопоиск-2016 : Материалы I Всероссийского конгресса молодых ученых-географов, Тверь, 03–09 октября 2016 года. — Тверь: Тверской государственный университет, 2016. С. 851–862.
5. Шабалина, Н.В. Эволюция научных представлений о туристско-рекреационной системе как предмете исследований рекреационной географии/ Н.В. Шабалина // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды VI Международной научно-практической конференции. Балтийская академия туризма и предпринимательства. — СПб.: Д.А.Р.К., 2011. 512 с. С. 160–168.
6. Шарыгин, М.Д. // Пространственная организация общества: теория, методология, практика / М.Д. Шарыгин, Е. В. Конышев : Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Пермь, 07–11 ноября 2018 года / Под редакцией Т.В.Субботиной, Л.Б.Чупиной. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2018. Р. 115–119.
7. F. Iandolo, I. Fulco, C. Bassano, R. D'Amore, Managing a tourism destination as a viable complex system. The case of Arbatax Park. Land Use Policy №84, 2019, p. 21–30.
8. N. Leiper, The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry, Annals of Tourism Research, volume 6, issue 4, p. 390–407.

Э. М. Салахова, И. В. Фролова

Пермский государственный университет

УДК 796.5

О МЕЖДУНАРОДНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ: МНЕНИЕ, СРАВНЕНИЕ, АНКЕТИРОВАНИЕ

Образовательный туризм подразумевает путешествия с целью обучения, получения новых знаний и навыков, а также усовершенствования уже полученных. Целью данной работы является сравнительный анализ образовательных программ США и стран Зарубежной Европы и выявление предпочтений в образовательном туризме среди российской молодежи. В результате выявлены ключевые страны Зарубежной Европы (Германия, Великобритания, Чехия), основные образовательные направления в выбранных странах Зарубежной Европы и США, составлена характеристика стран, их преимущества и недостатки, а также предоставляемые возможности; проведено анкетирование по выявлению востребованности зарубежных вузов для продолжения обучения и дан анализ его результатов. Германия — наиболее популярная страна для продолжения обучения. Среди европейских стран оптимальные условия созданы в Чехии. В Великобритании — самые дорогие образовательные программы среди стран Зарубежной Европы. В США велико разнообразие университетов, образовательных программ и их стоимости, но удаленное расположение относительно России является одним из ключевых факторов в пользу выбора стран евразийского континента. Главным результатом анкетирования молодежи на заявленную тему стала небольшая доля респондентов, которые готовы продолжить обучение за рубежом (46%). Основными причинами такого не выбора программ международного образовательного туризма стали стоимость образовательных программ и языковой барьер.

Ключевые слова: международный образовательный туризм, образовательная программа, анкетирование.

E. M. Salakhova, I. V. Frolova

Perm State University

ABOUT INTERNATIONAL EDUCATIONAL TOURISM: OPINION, COMPARISON, QUESTIONNAIRE

Educational tourism involves travel for the purpose of learning, acquiring new knowledge and skills. The purpose of this article is a comparative analysis of the educational programs in the United States and countries of Foreign Europe and the identification of preferences in educational tourism among Russian young people. The key countries of Foreign Europe (Germany, Great Britain, Czech Republic) and the main educational directions in the selected countries of Foreign Europe and the USA are identified. Made a description of the countries, their advantages, disadvantages and opportunities. A survey was conducted to identify the demand for foreign universities for continuing education. An analysis of the results of the survey was made. Germany is the most popular country for continuing education. Among European countries, the best conditions are created in the Czech Republic. The UK has the most expensive educational programs among the countries of Europe. The USA has a great variety of universities, educational programs and their cost, but the remotelocation relative to Russia is one of the key factors in favor of choosing the countries of the Eurasian continent. The main result of a survey of young people on the stated topic was a small proportion of respondents who are ready to continue their education abroad (46%). The main reasons for this non-choice of international educational tourism programs were the cost of educational programs and the language barrier.

Keywords: international educational tourism, educational program, questionnaire.

Введение. Образовательный туризм всегда считался одним из самых первых исторически сложившихся и востребованных видов туризма. Люди с давних времен стремились осваивать окружающие их территории и просто получать

новые знания о мире. Образовательный туризм совмещает в себе все эти возможности в единое целое, при этом возникает возможность обучаться в лучших учебных заведениях мира. Данный вид туризма подразумевает путешествия с целью обучения, получения новых знаний и навыков, а также усовершенствования

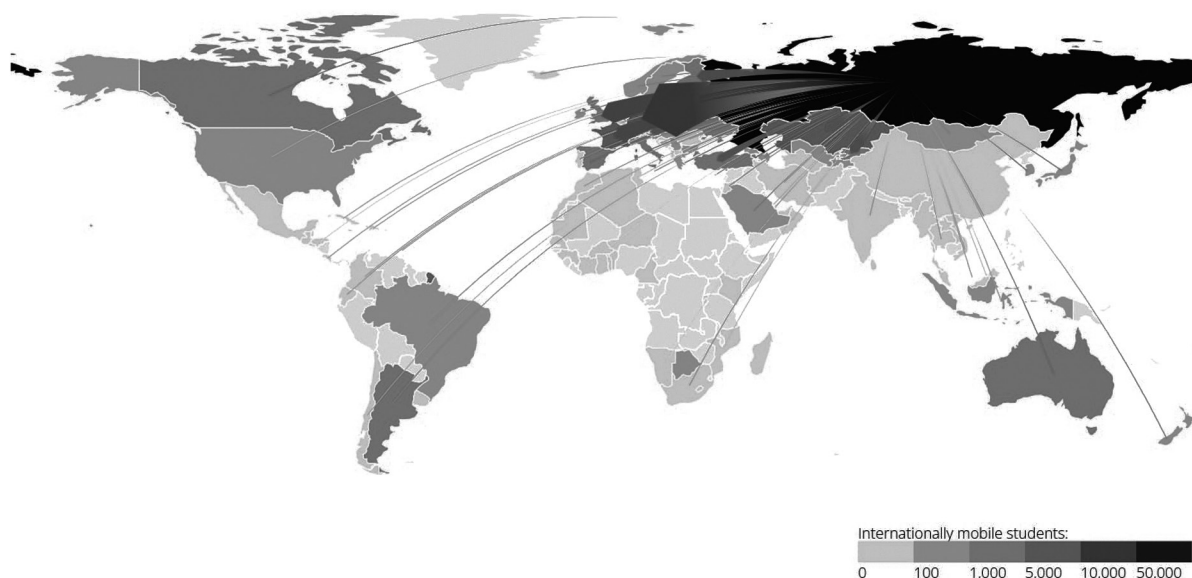


Рис. 1. Поток российских студентов, обучающихся в высших учебных заведениях за рубежом в 2019 г. [21]

уже полученных. Несмотря на онлайн-образование и интернет-ресурсы, люди продолжают пользоваться услугами образовательного туризма [18].

В настоящее время современные молодые люди стремятся пройти стажировку или получить высшее образование в самых престижных и популярных образовательных организациях. При этом возникает ряд проблем: выбор зарубежных вузов, доступность получения новых знаний за границей, стоимость и особенности проживания и др.

Целью данной работы является сравнительный анализ особенностей образовательного туризма в США и странах Зарубежной Европы, а также определение предпочтений среди российской молодежи по этому виду туризма (с помощью онлайн-анкетирования).

Под образовательным туризмом понимаются познавательные туры с целью выполнения задач, определенных учебными программами образовательных учреждений. Если раньше образовательный туризм был рассчитан на выпускников, которые являлись претендентами на государственную службу, связанную с наукой, дипломатией или политикой, то в наше время он больше ассоциируется с обычными поездками за рубеж с целью обучения и познания новой культуры. Образовательный туризм предполагает формирование у студентов умения учиться в разных культурных средах, по различным источникам. Это путешествия не только в другие страны, но и к очагам культуры, в эпохи, где хранится наследие [11].

Зарубежные авторы не имеют какого-либо единого мнения касательно определения «образовательного туризма». Наиболее

распространенным является определение, предложенное Б.Ричи [17], который называет образовательный туризм туристической деятельностью ночующих посетителей или экскурсантов, для которых образование и обучение является главной частью их поездки. Ричи разделяет образовательный туризм на два типа: первый подразумевает, что «образование первостепенно», к нему относятся поездки, целью которых является обучение и образование; второй тип основывается на туризме и подразумевает, что первостепенен именно он. Среди зарубежных исследователей не менее распространено и мнение Боджера [8, с.14], который определил образовательный туризм как «любая программа, где участники путешествуют с основной целью участия в учебном опыте, непосредственно связанным с местом». Среди отечественных авторов чаще всего используют определение И.В.Зорина и В.А.Квартальнова [3]: «туристские поездки, экскурсии с целью образования, удовлетворения любознательности и других познавательных интересов».

В России в последние годы образовательный туризм выделяется как один из аспектов профессиональной подготовки специалистов к такому виду деятельности [1]. Он сочетает в себе путешествия и обучение в любом направлении и с любой целью. Даже обычная поездка в другой город, где турист захочет узнать историю и местную культуру, может относиться к образовательному туризму. В ходе работы рассматривается один из аспектов образовательного туризма — обучение за рубежом (рис. 1) — в высших учебных заведениях Зарубежной Европы и США [19]. В то же время стоит заметить, что довольно часто мнения по этому поводу расходятся и некоторые считают, что программы,

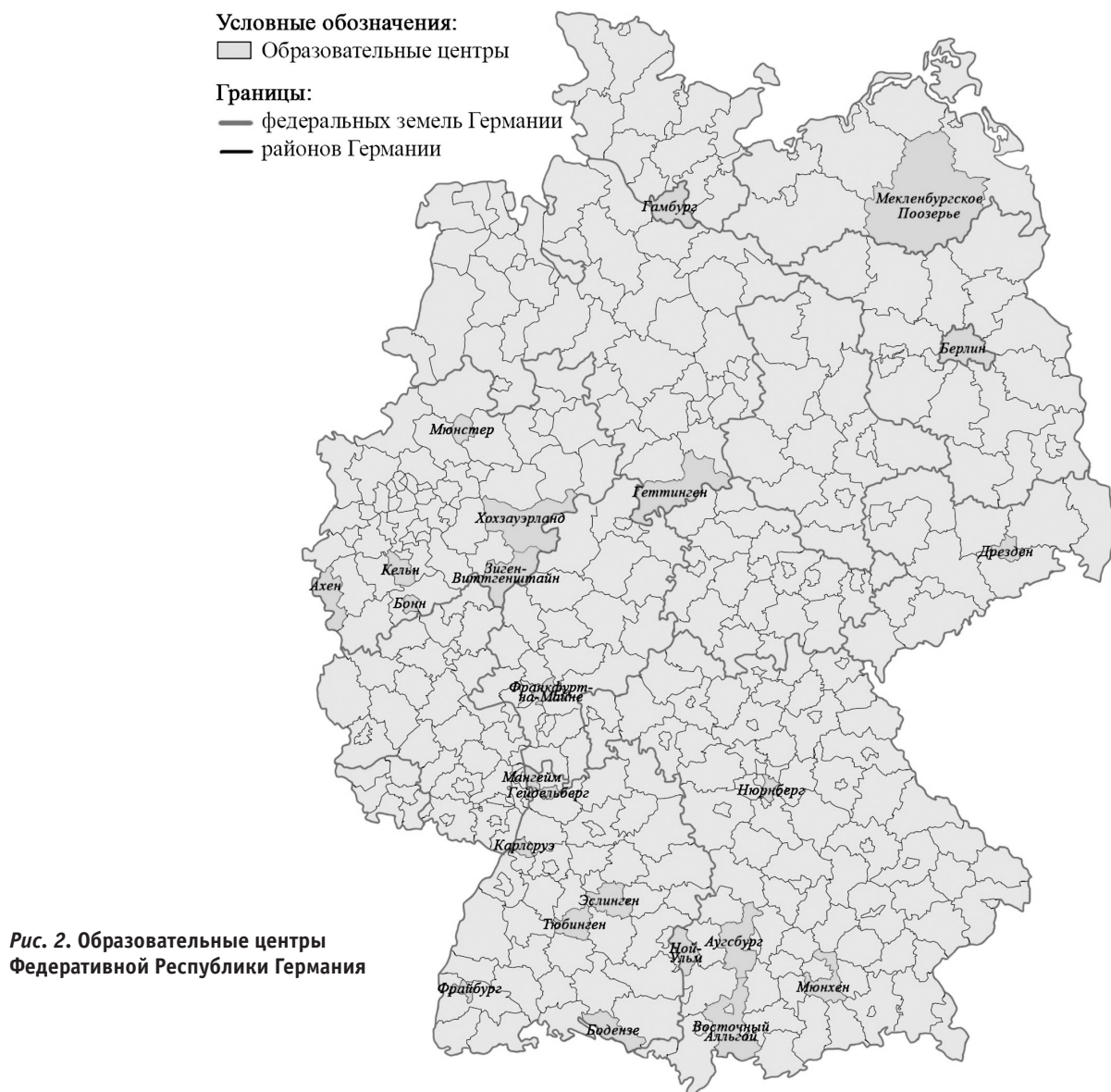


Рис. 2. Образовательные центры
Федеративной Республики Германия

направленные на получение диплома, нельзя относить к понятию образовательного туризма, так как нарушается целостность определения. Однако многие предпочитают считать обучение за рубежом также частью международного образовательного туризма [15].

Согласно статистике UNESCO в 2019 г. в Германию поступило 9 646 российских студентов, на втором месте находится Чехия, куда поступило 4 372 абитуриента, на третьем — Великобритания, где поток студентов составил 3 640 чел. В списке первых десяти стран по посещаемости европейские государства занимают семь (Германия, Чехия, Великобритания, Франция, Финляндия, Беларусь и Австрия). Оставшиеся три места занимают страны Зарубежной Азии (Кыргызская Республика, Казахстан и Турция). Наиболее популярны для российских студентов Германия, Чехия, Великобритания и США.

Характеристика ключевых стран

В Германии существует три типа высших учебных заведений: университеты, университеты прикладных наук и университеты искусств, музыки и кинематографии. Обычные университеты предлагают студентам широкий выбор специальностей в различных областях, основываясь на исследованиях и преподавании. Университеты прикладных наук специализируются на практическом и прикладном образовании, они предлагают студентам работу с наставниками и помощь при трудоустройстве. В основном здесь изучаются такие дисциплины, как дизайн, инженерия, технологии, педагогика, медсестринское дело, а также различные прикладные и естественные науки. Что же касается университетов искусств, музыки и кинематографии, то они основаны на более креативных подходах обучения. Для поступления в вузы этого типа студенту для начала необходимо



Рис. 3. Образовательные центры Чешской Республики [2]

предоставить свое портфолио или же показать свой талант, после чего заявление на поступление будет рассмотрено. В данных вузах изучают графический дизайн, кинематограф, музыку и множество других креативных дисциплин.

Для поступления в высшие учебные заведения Германии студентам в первую очередь необходимо получить национальную визу, которая в первый раз дается на срок от трех до шести месяцев, после чего студент вправе продлить ее на необходимый срок. Также студент сможет напрямую поступить в высшее учебное заведение Германии только при условии окончания как минимум одного курса в российском или любом другом зарубежном университете или после получения высшего образования. Если же у абитуриента есть только полное среднее образование, он сможет поступить в вуз Германии лишь после колледжа, где обучение длится 1 год и нацелено на подготовку к университету. После окончания колледжа вступительные экзамены в вуз не нужны.

Еще одним обязательным условием поступления в вуз является сдача экзамена по немецкому языку. Подготовка к сдаче осуществляется бесплатно на специальных курсах при университете или же платно в различных языковых школах страны. В случае, если студент не изучал немецкий язык прежде, он может пройти курсы как в России, так и в Германии, чтобы в последствие получить справку, позволяющую попасть на подготовительные курсы для сдачи экзамена. Однако существуют и минусы. Пусть высшие учебные заведения и предоставляют возможность бесплатного обучения, однако питание, проживание, медицинская страховка

и студенческие взносы целиком и полностью закрепляются за студентом, а потому без работы или материальной поддержки прожить в европейской стране будет крайне сложно.

На территории Германии расположено большое количество образовательных центров (рис. 2), которые принимают у себя российских студентов. К данным центрам относятся не только образовательные организации, помогающие с поступлением, но и непосредственно сами высшие учебные заведения. Основные центры размещены в крупных городах и районах, например, Аугсбург, Берлин, Кельн; в курортных городках, замковых комплексах и даже на территории частных школ-пансионов [16].

Чешская Республика является одной из самых дешевых стран Европы, которая пользуется популярностью у российских студентов и не только. Страна находится в Центральной Европе и предоставляет немало интересных возможностей в образовании. Число иностранных студентов из России в чешских вузах растет с каждым годом. По официальным данным с начала 2000 до 2020 г. число русских студентов возросло в 29 раз. Если взять данные за последний учебный год, то на сегодняшний день около 12% студентов Чехии — это иностранцы. По последним данным в Чехии обучается уже более 42 000 иностранных студентов [7]. Это объясняется несколькими факторами. Во-первых, здесь довольно выгодно проживать, цены на питание и жилье весьма приемлемы, особенно для студентов. Во-вторых, Чехия, как и Германия, предоставляет возможность бесплатного обучения, на что многие



Рис. 4. Образовательные центры Великобритании [13]

зарубежные студенты, безусловно, обращают внимание в первую очередь.

В чешской системе высшего образования принята трехступенчатая модель: бакалавриат – магистратура – докторантура. Также существует два типа вузов: высшие профессиональные заведения и университеты.

Как уже было сказано, университеты Чехии предоставляют иностранным студентам возможность бесплатного обучения, однако есть некоторые условия: студент должен обучаться в государственном университете и проходить свое обучение исключительно на чешском языке. Если же предпочтительнее обучаться на английском языке, что также возможно, придется оплачивать данные программы, цены на них невысокие. Еще одним

значительным преимуществом для российских студентов является и то, что в Чехии есть курсы на русском языке, пусть их намного меньше, чем на английском (стоимость учебы в Чехии на русском языке от 2 500 евро в год). Одними из самых сильных направлений в вузах Чехии являются наука, медицина и инженерное дело.

Самыми популярными программами бакалавриата являются программы по таким направлениям, как международные отношения, туризм, архитектура и экономика. Обучение в магистратуре длится от 1 до 3 лет, также есть возможность поступить в магистратуру без диплома бакалавра (обучение в этом случае составит 5–6 лет) [24]. Данный способ распространен в таких направлениях как медицина, юриспруденция и преподавание [6].

Система обучения в **Великобритании** признана самой эффективной, но при этом вузы продолжают с каждым годом добавлять в учебный процесс все больше новых программ, улучшая их качество и стараясь удовлетворить разные потребности будущих студентов. Поскольку обучение дорогое, студенты могут получать различные стипендии и гранты, которые помогут оплатить учебу и проживание. Так, российские студенты, поступившие в Оксфордский университет на бакалавриат или в магистратуру, могут получить грант из Благотворительного фонда Хилла. Данный грант покрывает все расходы на обучение и проживание, однако получить его можно лишь при условии отличной академической успеваемости и уже полученного диплома о высшем образовании в России. Стипендия Феликса предназначена для малоимущих студентов, которые хотят обучаться в магистратуре или докторантуре. Получить данную стипендию можно в Оксфордском университете и Университете Ридинга, однако и для ее получения есть ряд условий: студент должен иметь прекрасную академическую успеваемость, степень, полученную в российском вузе, являться членом малоимущей семьи и быть не старше 30 лет. Нужно отметить и бюджетное обучение. К бюджетным можно отнести следующие высшие учебные заведения: Стаффордширский университет; Университет Тиссайд и Университетский колледж Харпера Адамса предоставляют иностранным студентам проживание в кампусе; университет Лидс Тринити, университет Камбрия и другие. Обучение в данных вузах в среднем составляет около 7 000 фунтов в год [5]. Важную роль играют и такие факторы как высокий уровень жизни, низкий уровень преступности, хорошее состояние исторических объектов и, конечно же, развитая инфраструктура. Помимо этого, в Великобритании был упрощен процесс выдачи виз иностранным гражданам, целью въезда которых является долгосрочное обучение. Основные образовательные центры Великобритании расположены в основном в Англии и Шотландии (рис. 4).

В США существует три основных вида высших учебных заведений:

- Community Colleges — государственные вузы, в которых учебная программа длится два года. Обычно сюда поступают после школы, получают степень и продолжают обучаться в бакалавриате на протяжении еще двух лет;

- 4-years Colleges — государственные или частные высшие учебные заведения, которые зачастую направлены исключительно на получение степени бакалавра;

- Universities — государственные или частные высшие учебные заведения, которые являются альтернативой четырехлетним колледжам: основное их различие заключается в том, что университеты предоставляют возможность обучаться также и на магистерских и докторских программах.

Также в США различают частные и государственные высшие учебные заведения. Основная разница здесь заключается в том, что обучение в государственных вузах в разы дешевле, так как их финансирует правительство штата, в котором вуз располагается. В то же время частные вузы являются довольно дорогими, потому как они опираются на доходы от самих студентов и различных спонсоров [10]. Особенностью образовательного туризма в США являются основательность и прагматизм.

Преимущественно образовательные центры (рис. 5) находятся в штатах Калифорния и Массачусетс, где расположены одни из самых известных американских вузов — Стэнфорд и Гарвард. Здесь же можно освоить образовательные программы на базе всемирно известных киностудий. Также много высших учебных заведений сосредоточено в штате Нью-Йорк и нескольких прилегающих к нему штатах [14].

Сравнительный анализ особенностей обучения в США и странах Зарубежной Европы. В сравнительном анализе основными критериями стали: качество образовательных программ, их стоимость, способ поступления и продолжительность обучения.

Как в США, так и в Европе безусловно есть свои преимущества и недостатки, сходства и различия. Конечно, главным различием является стоимость обучения. Как бы сильно ни старались повысить стоимость обучения в Европе, она все равно остается значительно ниже, чем в университетах США. На протяжении уже многих лет получение диплома в США считается дорогостоящим делом, хотя это не всегда играет большую роль, так как существует большее количество различных стипендий и грантов, которые покрывают большую часть выплат.

На обучение в США студенты тратят до 30 000 дол. в год. Однако закончив обучение в одном из престижных вузов, найти стоящую работу не составит большого труда, соответственно такие вложения справедливо окупаться. Безусловно, цена обучения сильно варьируется в зависимости от университета и штата, в котором он расположен. Возвращаясь к образовательным центрам США, можно заметить, что большей популярностью пользуются вузы таких штатов как Массачусетс, Калифорния, Нью-Йорк, Пенсильвания. Например, два самых престижных университета мира, MIT и Гарвард, находятся в штате Массачусетс,



Рис. 5. Образовательные центры США [14]

город Кембридж. Цена обучения в штате крайне высока даже в обычных государственных университетах, не говоря уже о частных. Если выбрать государственный колледж, средняя цена обучения составит около 15 000 дол. в год, в то время как в частных колледжах она будет вдвое выше — 30 000 дол. в год. Университет Стэнфорда (Калифорния) не уступает по престижу и стоимости обучения. Обучение составит от 55 000 дол. ежегодно (специальность, связанная с инженерией, обойдется уже в 65 000, а с медициной — в разы дороже) [22]. Что же касается менее известных государственных и частных вузов Калифорнии, то ситуация лучше — цены варьируются от 11 000 до 22 000 дол. в год соответственно. Стоимость обучения зависит от специальности и уровня учебного заведения.

Стоимость обучения в европейских вузах ниже. Германия принимает иностранных студентов в государственных вузах бесплатно, однако в частных цены могут достигать 15 000 и 20 000 евро в год на программах бакалавриата и магистратуры соответственно. Так, например, Кельнская школа бизнеса принимает студентов на программу магистратуры за 5 000–10 000 евро в год в зависимости от выбранного направления [23].

Великобритания не располагает бесплатным обучением в государственных вузах, а потому

платить за обучение придется в любом случае. Конечно, государственные вузы дешевле, чем частные, но в итоге цены колеблются от 7 000 до 40 000 евро в год. В то же время цены на магистерские программы куда выше и могут достигать 50 000 евро в год. В Оксфорде магистерские программы обходятся примерно в 20 000 фунтов стерлингов ежегодно [20]. Стоит заметить, что иностранным студентам действительно приходится платить намного больше, чем «домашним», к которым с недавних пор не относятся даже члены ЕС [25].

Явным различием в образовательных программах США и стран Зарубежной Европы является способ поступления в вузы. Если в США студенты на протяжении первых двух лет могут изучать широкие специальности, чтобы определиться со своим будущим и выбрать необходимый им факультет, то в Европе при поступлении зачастую необходимо знать, на какой факультет собирается поступать студент и какие предметы намерен изучать. Именно по этой причине у студентов в США появляется больше свободы в изучении тех или иных предметов, в отличие от студентов европейских вузов. Однако это редко можно считать проблемой, так как довольно часто студенты определяют свое направление заранее, начиная усердные подготовки к поступлению. Это связано с установлением специального

учебного плана, которому в результате студенты должны следовать на протяжении всего оставшегося учебного периода. В то же время продолжительность программ магистратуры в США варьируется и может длиться как 1 год, так и 2,5, однако в европейских вузах стандартом считают 2 года [9].

К слову, именно США находится на первом месте по количеству высших учебных заведений. Сама же система высшего образования здесь была заимствована непосредственно у европейских вузов, где к высшему уровню образования относятся университеты, в которых студенты могут получить ту или иную степень науки — бакалавр, магистр и доктор. Программу магистратуры можно считать более индивидуализированной, чем программу бакалавриата. В целом, магистратура в США является довольно популярным феноменом: американские вузы ежегодно выпускают до 40000 докторов философии. За примерно два года обучения студент также обязан изучить необходимые дисциплины, сдать экзамены, написать диссертацию и набрать определенное количество «кредитных часов».

В сравнении с Великобританией основные различия будут заключаться в том, что продолжительность такого обучения в магистратуре составит 1 год, максимум 1,5 года. Для окончания магистратуры также необходимо набрать нужное количество «кредитных часов», защитить диссертацию или сдать экзамены. В некоторых британских вузах требуют и то, и другое [4].

Помимо этого, как в США, так и в Европе довольно разнообразен выбор факультативов, которые помогают студентам развиваться в тех направлениях, которые им нравятся больше. Обязательных общих предметов немного. В магистерских программах выбор факультативов остается за студентом, но они должны быть связаны непосредственно с выбранной специализацией.

Довольно лояльно относятся к посещаемости. В основном прогулы никак не влияют на итоговую оценку и все исходит исключительно из инициативы самого студента. Прогулы всегда можно отработать дополнительными аудиторными часами, а проекты сдать в свободное время, однако этим ни в коем случае не стоит злоупотреблять, так как в результате так или иначе это может привести к ухудшению успеваемости. Что же касается частных вузов, например, в Великобритании и США, то успеваемость там играет важнейшую роль, а за прогулы могут отчислить, а потому при выборе страны и вуза стоит внимательнее ознакомиться с общими положениями и учебным планом.

Стоит заметить и то, что учеба в США славится своей жизнью на территории кампусов. Общежития можно считать неотъемлемой частью жизни студентов, в то время как большая часть студентов в Европе проживает в квартирах, оплата за которые приходит за их личный счет. Собственно, на это и уходит большая часть заработка студентов, так как проживание здесь дорогое [20].

Анкетирование и его результаты

Для определения востребованности зарубежных образовательных программ магистратуры и не только среди молодежи было организовано и проведено онлайн-анкетирование с помощью онлайн-редактора Google Формы. Основной его целью являлось выяснить, насколько хорошо современная молодежь знакома с образовательным туризмом, а также выявить предпочтения в данном направлении. В целом вопросы были поставлены так, чтобы узнать не только интересующее направление, но и главные критерии выбора страны.

В целом опрос был сформирован для определенной возрастной группы — от 18 до 30 лет. В нем приняло участие 100 человек, из которых самыми активными оказались выпускники школ, которые уже сейчас начали задумываться о своем будущем образовании, а также студенты бакалавриата в возрасте от 18 до 23 лет (58%). Наименьшее количество составили респонденты возраста 27–30 лет.

Прежде чем выяснить какие-либо конкретные предпочтения в образовательном туризме и непосредственно обучении за рубежом потребовалось узнать, интересуют ли респондентов путешествия в целом, а также их основные цели. На вопрос о том, часто ли они путешествуют, 64% опрошиваемых путешествуют крайне редко, что зачастую связано с нехваткой средств и времени. Сами путешествия обычно распространяются не дальше страны проживания. Лишь 36% подтвердили то, что они действительно путешествуют часто, однако и в данном случае респонденты практически не выбирают за пределы страны, зато активно исследуют новые города. Основными целями путешествий стали: отдых, профилактика и лечение здоровья, работа и образование.

В основной части анкеты вопросы были собственно по рассматриваемой теме. В первую очередь необходимо было узнать, знакомы ли опрошиваемые с термином «образовательный туризм» в целом или никогда ранее не слышали о нем. 36% ранее не были знакомы с этим определением и узнали о нем исключительно в ходе проведения опроса, однако большая часть (64%) уже были знакомы с термином ранее.

Одним из основных вопросов анкеты был вопрос о предпочитаемых образовательных турах. Варианты ответов были следующими: стажировка и обучение; тур, связанный с более глубоким знакомством с культурой и историей страны; языковой тур. Наименее популярным вариантом оказался именно языковой тур, за него проголосовало 18% опрошенных. В то же время знакомство с различной культурой, напротив, очень интересует и в какой-то степени привлекает молодежь. Этот вариант отметили 47% опрошенных. Что же касается образовательных туров, которые непосредственно связаны со стажировками и обучением, то этот вариант оказался вторым по популярности — его выбрали 31% респондентов. Несмотря на это, еще 3% отметили, что целью их путешествий являются сразу все три вышеперечисленных варианта.

На вопрос о продолжительности образовательного тура 33% респондентов ответили, что они предпочитают образовательный тур длительностью в 1 месяц, еще 21% и 27% выбрали варианты в 2 недели и 6 месяцев соответственно, и оставшиеся 19% согласились с тем, что предпочитают образовательный туризм длительностью год и более.

Теперь же возникает один из главных вопросов — при условии того, что большинство опрошенных являются студентами, они любят путешествовать и некоторые были бы даже не против принять участие в программе образовательного туризма — какие критерии останавливают их сделать этот шаг? 58% ответили, что основной проблемой является цена. Это довольно ожидаемый результат, так как дорогостоящим во многих странах является не только обучение, но и проживание, медицинское страхование и даже обыкновенный маршрут в страну назначения. Еще столько же голосов пришлось на такой вариант как языковой барьер. Для проживания в других странах необходимо довольно хорошо знать иностранный язык. У большинства возникают проблемы даже с общепринятым английским, но и он может помочь далеко не во всех ситуациях. Ответ «сложности с проживанием» отметили 50% респондентов. Проживание в европейских странах и США, как уже говорилось ранее, также является довольно дорогим и большинство опрошенных считает это не менее значительной проблемой. Наименее популярным ответом стал уровень образования (23%).

Вопрос о качестве высшего образования за рубежом по сравнению с отечественным точного ответа не дал. В данном случае как вариант ответа «Да», так и вариант «Нет» набрали относительно одинаковое число

голосов — 31 и 37% соответственно. Еще 32% ответили, что им довольно сложно сказать наверняка. В целом, результат также можно считать довольно ожидаемым. Для того, чтобы с уверенностью ответить на этот вопрос, необходимо для начала рассмотреть образовательные программы желаемых стран, обязательно выявить все преимущества и недостатки, разобраться со всеми нюансами поступления. Всю эту работу можно считать довольно кропотливой и относиться к ней необходимо со всей ответственностью. 69% респондентов не считают необходимым получать второе высшее образование за рубежом. Многие предпочитают получить лишь одно высшее образование в своей стране и не тратить еще несколько лет на получение второго. Оставшийся 31% все же придерживается мнения, что высшее образование магистратуры необходимо.

Еще одним крайне важным вопросом можно считать уровень знания иностранного языка. Как уже было проанализировано выше, довольно большой процент опрошенных считает языковой барьер значимым критерием для отказа от возможности обучения за рубежом. Однако какой уровень они все же считают приемлемым? Как показал опрос, 57% ответило, что необходимо знание иностранного языка на том уровне, чтобы понимать лекционный материал и не отставать от программы. Несмотря на это, 16%, напротив, считают, что знание языка необходимо в совершенстве, иначе будут возникать сложности со взаимодействием. Также 21% считает, что хватит базового уровня, а остальное можно подтянуть со временем. Вероятно, такой вариант подойдет при обучении в государственных вузах, где к успеваемости относятся лояльнее, чем в частных. Еще 6% придерживается мнения, что можно приехать в иноязычную страну без какого-либо знания языка и изучить его уже в ходе проживания там.

Чтобы выявить востребованность образовательных программ были сформулированы вопросы анкеты: хотели бы лично респонденты обучаться в зарубежном вузе и если да, то в какой стране и на какой специальности.

Несмотря на разнообразные ответы в предыдущих вопросах, как оказалось, такой готовности у большинства опрошенных все же нет. 54% ответили, что обучаться в зарубежном вузе у них нет никакого желания, что, вероятно, связано с их ответами ранее — большую роль играют те самые критерии, которые останавливают их принять это решение, а также мнение о том, что разницы в образовательных программах нет и обучение за рубежом — лишь трата денег. В то же время 46% ответили, что были бы не против попробовать

такую возможность и уехать обучаться за границу, а потому для них стали актуальными еще два вопроса. Куда же они предпочли бы отправиться? В результате 27 % указали европейские страны, где несомненным лидером стала Германия (12 %). Второй по популярности страной стали США (10 %), далее Великобритания (9 %), Италия (6 %), Швеция (4 %), Норвегия, Чехия, Франция (по 3 %), Эстония, Польша, Испания, Финляндия (по 2 %). Помимо этого, в списке желаемых стран оказалось государства Зарубежной Азии — Китай (5 %), Казахстан (4 %), Япония (2 %).

Определившись со страной, осталось выбрать специальность, которую студенты хотели бы освоить в рамках программы магистратуры. Здесь варианты также оказались крайне разнообразными и многообещающими. Самым популярным вариантом оказалась медицина (11 %). Направления, связанные с дизайном и иностранными языками, разделили второе место, набрав 5 % голосов, 4 % опрошенных выбрали IT, историю, юриспруденцию и архитектуру. Чуть менее популярными оказались направления, которые связаны с культурой, географией, экономикой и журналистикой. За эти варианты проголосовало 3 %. Еще чуть менее популярными оказались спортивные направления, градостроительство и биология — 2 %.

В результате отметим, что среди опрошиваемых востребованность зарубежных образовательных программ невелика. Студенты предпочитают не выбираться за границу и продолжать обучение в своей стране, даже не задумываясь о иной возможности. Большинство опрошиваемых целиком и полностью удовлетворены тем образованием, которое они получают или получали ранее в стране их проживания, а оставшаяся часть желает так или иначе экспериментировать, выбираясь за рубеж с целью познания новой культуры и методов обучения.

Заключение. Образовательный туризм — это любая программа, где участники путешествуют с основной целью участия в учебном опыте, непосредственно связанным с местом. Наиболее хорошо международный образовательный туризм развит в США и странах Зарубежной Европы. Европейские и американские вузы все чаще внедряют практику магистерских программ среди иностранных студентов. Современные вузы предлагают инновационные методы обучения, благодаря чему увеличивается не только спрос на высшее образование, но и конечные результаты.

Основными респондентами онлайн-анкетирования стали обучающиеся бакалавриата российских вузов (58 %). Среди опрошенных 64 % знакомы с понятием «образовательный

туризм». Предпочитаемым образовательным туром оказался тур, связанный с более глубоким знакомством с культурой и историей страны (47 %), собственно, образовательный тур выбрали 31 %, языковой тур оказался мало востребованным (18 %). 58 % при выборе образовательного тура (обучение по образовательной программе за рубежом) ориентируются на его стоимость.

Более половины опрошенных (54 %) ответили, что обучаться в зарубежном вузе у них нет никакого желания, 46 % ответили, что были бы не против попробовать такую возможность и уехать обучаться за границу. Выбор страны обучения не стал неожиданным: Германия, США, Великобритания, Италия, Швеция, Норвегия, Чехия, Франция, Эстония, Польша, Испания, Финляндия, а также Китай, Казахстан и Япония. Среди направлений обучения лидируют медицина, направления, связанные с дизайном и иностранными языками, IT, история, юриспруденция и архитектура.

Полученные результаты анкетирования требуют дополнения результатами новых респондентов, а также учета при анализе сегодняшних объективных обстоятельств глобального, регионального и локального уровня.

Салахова Эсмירה Мустафа-кызы,

выпускница географического факультета,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
esmira1004@mail.ru

Фролова Ирина Викторовна,

к.геогр.н., доцент кафедры физической географии и
ландшафтной экологии, Пермский государственный
национальный исследовательский университет;
irvik13@gmail.com

Библиографический список

1. Авагян А.А. Образовательный туризм в России: современное состояние и перспективы развития // Туризм. 2019. №3(13). С. 21–30.
2. Государственные вузы Чехии. URL: <https://www.eurostudy.cz/vuzy/gos-vuzy/> (дата обращения: 23.05.2022).
3. Гусейнова А.Г. Сущность понятия «образовательный туризм» и его основные принципы // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2015. №4. Т. 9. С. 64–69.
4. Майбуров И.А. Высшее образование в России // Объективный процесс. 2003. №2. С. 132–144.
5. Образование в Англии. URL: <https://www.hotcourses.ru/study-in-the-uk/> (дата обращения: 17.05.2022).
6. Обучение в Чехии. URL: <https://allterra.ru/program/czech-republic/> (дата обращения: 14.05.2022).

7. Обучение в Чехии для русских студентов. URL: <https://www.eurostudy.cz/obuchenie-v-chehii-dlya-russkih-studentov/> (дата обращения: 15.05.2022).
8. Обухов А. С. Город открытий. Методология образовательного туризма в мегаполисе // Исследователь. 2019. №4(28). С. 12–47.
9. Орехова Е.Я., Полунина Л.Н. Педагогическая магистратура в США: Структура и содержание образовательных программ // Наука 21 века: вопросы, гипотезы, ответы. 2014. Т. 2, №2. С. 65–69.
10. Плюсы и минусы обучения в США. URL: <https://educationusarussia.org/blog/2022/02/11/plyusy-i-minusy-obucheniya-v-ssha/> (дата обращения: 06.05.2022).
11. Пономарева Т.В. Образовательный туризм как инновационный метод образовательного процесса // Молодой ученый. 2015. № 12(92). С. 792–795.
12. Различия между обучением в США и в Европе. URL: <https://totheusa.com/what-is-the-difference-between-studying-in-the-usa-and-in-europe/> (дата обращения: 30.05.2022).
13. Рейтинги вузов Великобритании. URL: <https://www.educationindex.ru/articles/university-rankings/obschie-reytingi-vuzov-velikobritanii/> (дата обращения: 20.05.2022).
14. Рейтинги вузов США. URL: <https://www.educationindex.ru/articles/university-rankings/rejting-vuzov-ssha/> (дата обращения: 22.05.2022).
15. Сергеева Ю. И. Международный образовательный туризм в XXI веке: теория и практика. Минск, 2011. 106 с.
16. Университеты Германии: путеводитель для иностранных студентов. URL: [mygermanuniversity.com/ru/articles/universities-in-germany](https://www.mygermanuniversity.com/ru/articles/universities-in-germany) (дата обращения: 25.05.2022).
17. Хохлова Е.Р., Зубрилова А.Л., Аверьянова Т.В. Образовательный туризм в странах Зарубежной Европы // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2015. № 2. С. 125–137.
18. Educational Tourism. URL: <https://www.tourismbeast.com/educational-tourism/> (дата обращения: 28.04.2022).
19. Educational tourism definition. URL: <https://tourismteacher.com/educational-tourism-everything-you-need-to-know/> (дата обращения: 28.04.2022).
20. Fees, funding and scholarship search. URL: <https://www.ox.ac.uk/admissions/graduate> (дата обращения: 30.05.2022).
21. Global Flow of Tertiary-Level Students. URL: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow> (дата обращения: 04.05.2022).
22. Graduate Tuition. URL: <https://gradadmissions.stanford.edu/admitted-students/financing-graduate-study/estimated-expense-budget> (дата обращения: 30.05.2022).
23. Masterstudiengänge Vollzeit. URL: <https://www.cbs.de/master/> (дата обращения: 31.05.2022).
24. The Czech Education System. URL: https://www.mzv.cz/dublin/en/about_the_czech_republic/education_in_the_czech_republic/ (дата обращения: 16.05.2022).
25. Tuition Fees at Universities in Europe in 2022. URL: <https://www.mastersportal.com/articles/405/tuition-fees-at-universities-in-europe-in-2022-overview-and-comparison.html> (дата обращения: 30.05.2022).

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

В. В. Миненкова, В. А. Лазарева

Кубанский государственный университет

УДК 338.46

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ИСТОРИЯ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Национальные туристские маршруты выступают сегодня в качестве механизмов взаимодействия между регионами в сфере туризма, сохранения историко-культурного наследия, а также в вопросах развития внутреннего туризма. Современный успешный туристский маршрут — это больше не набор достопримечательностей, которые можно посетить за определённое время в месте пребывания, а объединённое единой идеей и конкретной миссией пространство. В статье рассмотрены понятия «туристский маршрут», «брендовый маршрут», «национальный туристский маршрут» и история их появления и использования в Российской Федерации. Выявлено, что в англоязычной литературе и практике нет понятий «брендовый маршрут» и «национальный туристский маршрут». Термин «брендовый маршрут» распространён в России и акцентирует внимание на важности объектов, находящихся на территории, по которой он проходит, и является больше маркетинговым инструментом, чем гарантией качества предоставляемого турпродукта. Рассмотрена история возникновения государственного совместного с АТОР проекта по импортозамещению туристских продуктов в виде сначала брендовых маршрутов, а затем и национальных туристских маршрутов. Изучены условия и требования, которые предъявляются к национальным туристским маршрутам. Приведена хронология рассмотрения заявок и выдачи статуса национальных туристических маршрутов в период 2019–2022 гг. Сделан вывод о том, что национальные туристские маршруты сконцентрированы на юго-западе страны и к моменту упразднения Ростуризма на 20.10.2022 года статус национальных туристских маршрутов получили 37 маршрутов, из них полноценно запущены, наиболее известны и доступны для всех желающих только семь. Как итог, в статье сформулированы тенденции и перспективы развития национальных туристских маршрутов.

Ключевые слова: национальный туристский маршрут, брендовый маршрут, внутренний туризм, региональный туризм, тренды, перспективы развития, АТОР, Ростуризм.

V. V. Minenkova, V. A. Lazareva

Kuban State University

NATIONAL TOURIST ROUTES OF THE RUSSIAN FEDERATION: HISTORY, TRENDS AND PROSPECTS

National tourist routes act today as mechanisms of interaction between regions in the field of tourism, preservation of historical and cultural heritage, as well as in the development of domestic tourism. A modern successful tourist route is no longer a set of attractions that can be visited in a certain time at the place of stay, but a space united by a single idea and a specific mission. The article examined the concepts of «tourist route», «branded route», «national tourist route» and the history of their appearance and use in the Russian Federation. It was revealed that in English-language literature and practice there are no concepts of «branded route» and «national tourist route». The term «branded route» is common in Russia and focuses on the importance of facilities located in the territory through which it passes, and is more a marketing tool than a guarantee of the quality of the provided tourist product. The history of the emergence of the state joint project with ATOR on import substitution of tourist products in the form of first branded routes, and then national tourist routes. The conditions and requirements for national tourist routes have been studied. The chronology of consideration of applications and issuance of the status of national tourist routes in the period 2019–2022 is given. It was concluded that national tourist routes are concentrated in the south-west of the country and by the time Rostourism was abolished (20.10.2022), 37 routes received the status of national tourist routes, only seven of which are fully launched, the most famous and accessible to everyone. As a result, the article formulates trends and prospects for the development of national tourist routes.

Keywords: national tourist route, branded route, domestic tourism, regional tourism, trends, development prospects, ATOR, Rosturizm.

Активно развивающийся в последние пару лет внутренний туризм привлекает все более пристальное внимание как представителей турбизнеса, так и государственные структуры. Многие жители и гости Российской Федерации начинают путешествовать по всем уголкам нашей необъятной страны, посещая природные и культурно-исторические достопримечательности. Большинство тех, кто ранее предпочитал отдых за рубежом, после пандемии 2020 года начали активно изучать именно внутренние направления. Многие российские туроператоры начали добавлять обновленные предложения туров выходного дня в Республику Адыгея, Ростовскую область, поездки в Хакасию, на Байкал, Камчатку и многие другие. В связи с этим развитие внутреннего туризма стало одним из приоритетных направлений политики не только правительства Российской Федерации, но и регионов.

Несмотря на возросшую популярность внутреннего туризма, для многих путешествующих до сих пор остаются вопросы о том, что стоит посмотреть в России, как лучше добраться до многих, порой труднодоступных достопримечательностей, где комфортно, безопасно и главное недорого остановиться в поездке. При этом развитие внутреннего туризма порой требует не только решения сложных инфраструктурных проблем, но и разработки большого числа качественных туристских продуктов и стимулов для путешествий по нашей стране [8].

Современное развитие туризма все больше требует концептуализации и планомерной организации туристического пространства, что выражается в росте популярности существующих и появлении новых туристских маршрутов, отличающихся высоким уровнем сервиса и организации. При этом современный успешный туристский маршрут — это все больше не набор достопримечательностей, которые можно посетить за определённое время в месте пребывания, а объединенное единой идеей и конкретной миссией пространство. Востребованность унификации и концептуализации выражается в росте необходимости именно так называемых «брендовых маршрутов». У брендового маршрута есть название, отражающее его историю, есть символика, а пространство маршрута имеет специальную маркировку (в т.ч. бренд-логотип), взаимодействующие объекты туристской и сопутствующей инфраструктуры, туристско-информационное сопровождение, а также определенные приемы иммерсивности и эмоциональности, которые формируют набор туристских впечатлений, ассоциирующихся с брендовым маршрутом. В нем турист погружается

в определенную тему, и все что его окружает — подчинено именно ей [1, с. 38]. Термин «маршрут» во многом созвучен с определением «турпродукта» — то есть комплексной услуги, которая может быть разработана и реализована только туроператором. При этом значительная часть туристов, которые предпочитают индивидуальные самостоятельные поездки, исключается из данного вопроса. Другими словами, есть некоторая неопределенность в понимании термина «брендовый маршрут», как и отсутствие единых понятных требований к его организации.

В англоязычной литературе и практике нет понятия «брендовый маршрут». Такой термин распространен в России и акцентирует внимание на важности объектов, находящихся на территории, по которой он проходит, и является больше маркетинговым инструментом, чем гарантией качества предоставляемого турпродукта.

За рубежом есть несколько инициатив, которые близки к содержанию понятия «брендовый маршрут». Во-первых, это т.н. «культурные маршруты», которые синтезируют различные элементы наследия и/или объекты через культурные ландшафты вместе с культурными, историческими, символическими, функциональными и экономическими ценностями как нематериальными, связывая и интегрируя их в единое пространство (ИКОМОС) [2]. К примеру, Расширенное Частичное Соглашение по Культурным маршрутам (EPA on Cultural Routes), заключенное в 2010 г. определяет стратегию программы, а также присуждает звание «Культурный Маршрут Совета Европы» маршрутам-кандидатам. Изучение положений EICR и UNESCO а так же ряда научных публикаций [18–21], позволяет сделать вывод о том, что культурные маршруты часто представляют набор достопримечательностей и памятных мест, которые объединяются общей идеей — маршрутом, который имеет привлекательное название, некоторую известность и историческое значение. Но при этом значительная часть этих маршрутов не обеспечена специальной туристской инфраструктурой, которая помогала бы туристу погрузиться полностью в тему маршрута, нет информационного обеспечения маршрута, во многих местах местные жители не только не участвуют в функционировании маршрута, а более того, даже не знают, что такие маршруты проходят через их местность.

Во-вторых, есть примеры культурных маршрутов, которые во многом соответствуют понятию «брендовый туристский маршрут». К примеру, Паломнический японский маршрут Сикоку-хенро, или «Паломничество

по 88 храмам Сикоку». Этот один из древнейших паломническо-религиозных маршрутов, проложенный более 1200 лет назад, сегодня все больше превращается в полноценное туристское пространство, которое дает возможность туристам погрузиться в тему древней Японии, ее культуры и природы. Сикоку-хенро все больше перестает быть религиозным маршрутом, и становится способом активного отдыха, созерцания природы, изучения культурных достопримечательностей всеми интересующимися культурной и духовной традицией Японии. На официальном туристическом сайте Японии подчеркивается, что прохождение некоторых отрезков Сикоку-хенро можно совместить с другими достопримечательностями и активностями [21]. Маршрут имеет название, логотип (единого логотипа у маршрута нет, однако узнаваемыми стали некоторые символы маркировки, например фигурка, изображающая паломника, красного цвета, а также сами паломники, одетые в белые одежды и конические шляпы), информационное сопровождение — сайт, путеводители на разных языках, что позволяет самостоятельному туристу без труда спланировать свою программу его посещения. Сопровождение на маршруте осуществляется квалифицированными (аккредитованными) гидами, однако они не столь востребованы, как на традиционных маршрутах, так как Сикоку-хенро предполагает прежде всего не экскурсионное сопровождение, а погружение в себя и медитацию. Местные жители вовлечены в функционирование маршрута, они могут предложить туристу сувениры, ночлег и питание на маршруте [1].

Брендовые маршруты стали проектом по импортозамещению, который Ассоциация туроператоров России (АТОР) инициировала в 2015 году. Ведь запросы рынка формировались еще тогда, в регионах требовались такие турпродукты, которые смогли бы расширить ассортимент маршрутов по стране, тем самым становясь стимулом для неоднократного посещения туристами не только знаковых мест, но и малоизвестных локальных достопримечательностей. Как рассказывала в своей колонке для портала «Национальные-проекты.рф» исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе, представители АТОР задумались, какой туристический продукт в России можно было бы хотя бы сопоставить с такими классическими непляжными направлениями, как Рим, Берлин, Париж, что есть помимо Москвы, Санкт-Петербурга и Казани, и поняли, что интересный продукт можно создать практически в каждом регионе, но нужна помощь в его формировании и запуске в полноценную продажу. Речь шла о маршрутах, на которые

туристы захотели бы вернуться. Кроме того, тогда ставилась и другая задача — выстроить такое взаимодействие власти и бизнеса, чтобы проекты становились точками роста для регионов [6]. Следует отметить, что инициатива АТОР реализовалась в полной мере в тех регионах, которых раньше не было на туристической карте России, либо они были представлены крайне скудно.

По предложению АТОР с 2015 года в Министерстве культуры РФ созданным специальным комитетом по импортозамещению, с помощью сформированного алгоритма оценки маршрута стали проводить экспертизу туристических продуктов в регионах и разрабатывать так называемые брендовые туристские маршруты, которые могли бы привлечь дополнительные туристические потоки. В период с 2016 по 2019 год комитетом были оценены более 60 маршрутов в 44 регионах, из них статус брендовых получили 54 [4], которые со своей стороны продвигали и представители АТОР. По всем рассмотренным заявкам, эксперты-туроператоры выезжали в регионы, чтобы увидеть все своими глазами, делали свои замечания, давали подробные рекомендации по доработке маршрутов. В 2019 году новая команда Федерального агентства по туризму (Ростуризм) также оценила преимущества проекта брендовых маршрутов. Впоследствии оказалось, что концептуально брендовые маршруты идеально укладываются в идеологию создаваемого на тот момент Национального проекта «Туризм и Индустрия гостеприимства», так как в широком смысле позволяют повысить доступность поездок по стране, как с точки зрения стоимости, так и с точки зрения понимания, что и где можно увидеть. Суть проекта осталась та же, но его масштаб был существенно увеличен. Словосочетание «брендовый маршрут» не имело правового обоснования, поэтому новый термин «национальный туристический маршрут» был введен в статью 1 Федерального закона № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [15]. Национальные туристические маршруты включены в одну из подпрограмм Нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства», и стали одним из индикаторов его выполнения.

Согласно законодательству РФ, национальный туристский маршрут — это туристский маршрут, имеющий особое значение для развития внутреннего туризма и въездного туризма и определяемый уполномоченным федеральным органом исполнительной власти в соответствии с порядком, установленным Правительством Российской Федерации [14].

Присваивать маршрутам статус национальных стал Экспертный совет по внутреннему

и въездному туризму при Ростуризме, который с сентября 2019 года стал преемником Комитета по импортозамещению Министерства культуры РФ. В него входят представители Ростуризма, а также представители туроператоров, организаций, представляющих профессиональные сообщества туроператоров. Конечно, стоит отметить, что согласно указу Президента РФ от 20.10.2022 № 759 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности» Ростуризм был упразднен, однако все функции, в том числе по национальным туристским маршрутам были переданы Министерству экономического развития [13].

Статус национального может получить как существующий, так и совершенно новый маршрут. Он может иметь определенную тематику — историческую, связанную с выдающимися личностями российской культуры и истории, экологическую или агро-туристическую. Маршрут может проходить по территории одного или нескольких регионов. У национальных маршрутов обязательно должна быть система навигации, туристические карты, путеводители и сувенирная продукция с маркировкой маршрута. При этом национальный туристический маршрут должен быть организован таким образом, чтобы предоставить туристу возможность самостоятельно определять продолжительность и скорость его прохождения. У туриста должна быть возможность присоединиться к туристскому маршруту на любом этапе.

Согласно требованиям для того, чтобы стать национальным, маршрут уже должен соответствовать ряду критериев [3]:

- комплексность — охватывает не менее 3 туристических ресурсов определенной тематической направленности;
- перспективность — способствует росту внутреннего и въездного турпотока в сравнении с предшествующим годом не менее чем на 25% (через 1–3 года после запуска в продажу);
- актуальность — ориентируется на расширение сезонных предложений турпродукта на туристическом рынке (весной и осенью) на территории, по которой он проходит;
- согласованность — в разработке заявки для отбора маршрута, помимо региона, должны принимать участие туроператоры, представители гостиничного бизнеса, экскурсионные бюро;
- узнаваемость — туристический маршрут представлен в российских и зарубежных средствах массовой информации (не менее 5 изданий), социальных сетях (не менее 3 социальных сетей), в российских и международных

рейтингах, участвует на экспертных площадках (ярмарки, выставки, форумы, конференции) — не менее 3 в течение календарного года;

- значимость — в составе маршрута присутствует не менее 1 значимого туристического объекта федерального или международного значения.

Статус национального дает маршруту дополнительные возможности по продвижению на федеральном уровне. Информация обо всех национальных маршрутах сразу добавляется на сайте Ростуризма, такие маршруты смогут участвовать в программах продвижения, которые ведомство сформирует совместно с ведущими агрегаторами туристических услуг и поисковыми системами. Также информационную поддержку брендовых маршрутов осуществляет национальный туристический портал Russia.Travel [7], где представлена подробная информация о них. Кроме того, на устранение проблем поддерживающей инфраструктуры предполагается софинансирование из федерального бюджета. В будущем планируется также более системное продвижение маршрутов, получивших статус национальных. Это самый волнующий вопрос для регионов, поскольку зачастую у властей, не говоря уже о принимающих туроператорах, недостаточно средств и инструментов для того, чтобы об их маршруте узнали по всей стране, что является одним из ключевых факторов успеха.

В 2021 году Экспертным советом были оценены 18 маршрутов. Из них статус национальных туристических маршрутов получили 13 [9]. На рисунке 1 можно ознакомиться с картой национальных туристских маршрутов 2021 года, составленной Ростуризмом, из которой следует, что к концу 2022 года ожидается утверждения 47 национальных туристских маршрутов. Так же на карте видно, что в основном национальные туристские маршруты сконцентрированы на юго-западе страны. Однако всего к моменту упразднения Ростуризма на 20.10.2022 года статус национальных туристских маршрутов получили 37 маршрутов [11]. Из них полноценно запущены, наиболее известны и доступны для всех желающих семь:

1. «Кузбасс. Огонь в сердце» по Кемеровской области на 3 дня / 4 ночи, круглогодичный;
2. Сибирские каникулы по Республикам Хакасии и Тыва на 8 дней / 7 ночей, круглогодичный;
3. «Жигулевские выходные. Открытие Волги» по Самарской области на 4 дня / 3 ночи, круглогодичный, но зимой программа незначительно меняется;



Рис. 1. Карта 2021 национальных туристских маршрутов. Источник: Ростуризм

4. «Здесь начинается день» по Сахалинской области на 5 дней / 4 ночи, круглогодичный;

5. «Государева дорога» по Московской, Тверской, Новгородской, Ленинградской областям на 6 дней / 5 ночей, круглогодичный [3];

6. «Императорский маршрут» по Тюменской области на 3 дня / 2 ночи, круглогодичный;

7. «Гран-тур Вся Карелия» по Ленинградской области и Республике Карелия на 3 дня / 2 ночи, круглогодичный.

Ростуризм планировал отбирать по 10–20 маршрутов в год. Таким образом, к 2030 году должно появиться 100–150 новых маршрутов. Потенциальный прирост внутреннего экскурсионного турпотока благодаря новым брендовым маршрутам должен составить не менее 70% в течение трех лет [10].

Запуск национальных туристических маршрутов требует от участников туротрасли решения нескольких ключевых задач: необходимо в короткие сроки создать новые предложения, которые обеспечат дополнительный рост спроса на внутренний туризм, что в современных реалиях очень значимо как для экономики регионов страны, так и для решения вопроса отдыха граждан России в связи с закрытием множества зарубежных направлений; необходимость проведения модернизации уже существующих туристских продуктов регионального и межрегионального масштаба; необходимость обеспечения, а порой и создания туристической инфраструктуры под новые предложения.

В связи с международной обстановкой, текущей политической, экономической, социально-географической ситуацией были выделены

следующие тенденции и перспективы развития национальных туристских маршрутов:

1. Увеличение доступности туризма для всех социальных групп россиян в регионах, где внедряются национальные туристские маршруты, поскольку идет работа с туроператорским предложением, как с ядром продукта. На этапе отработки маршрутов крайне важно привлечение туроператоров, поскольку только федеральные и региональные туроператоры способны предоставить доступные цены, сформировать правильную логистику и обеспечить качество турпродукта.

2. Снижение сезонности и создание круглогодичного турпродукта, что позволяет дать больше рабочих мест в регионах, увеличить постоянный приток туристов и занятость околотуристической индустрии: сувенирной, гостиничной, досуговой, транспортной и др.

3. Совершенствование стандартов национальных туристических маршрутов в связи с наращиванием потребительского опыта туристов и усилением их требований к комфортности, что повлечет за собой более пристальное внимание к наполнению и качеству услуг в составе национальных туристских маршрутов, туристской инфраструктуре.

4. Развитие общей инфраструктуры национального туристического маршрута. Сейчас путь к туристской дестинации — это некая вынужденная обязанность для туриста, который должен ее преодолеть, чтобы попасть из точки А в точку Б. Необходимо полностью изменить отношение к дороге и сделать ее важной составляющей всего путешествия, насытить определенными культурными

символами, информационными полями: создать для нее название, единую концепцию, визуализацию и промо-материалы в едином стиле. То есть мы делаем путешествие по этой дороге цельным продуктом-приключением. Также необходимо выделять площадки для караванеров и автокемперов. Зачастую небольшое транспортное плечо от трассы до уникального объекта не привлекает туристов просто потому, что оно никак не обозначено. Но даже если поставить коричневый туристический знак стандартного типа, это не всегда даст импульс для того самого поворота, условно, в 9 км налево. Здесь же речь идет о таком тракте, по которому можно было бы самостоятельно путешествовать, самостоятельно решать, где свернуть и что интересного посмотреть, и при этом получать в удобном плече нужную инфраструктуру и объекты осмотра. При этом само по себе грамотное брендингирование дороги уже придаст определенный импульс в ее развитии и заинтересует инвесторов. Так создатели национального туристского маршрута «Медвежьего тракта» ориентируются на зарубежный опыт, например, «Дорогу садов» в ЮАР или легендарную «Трассу 66» в США, а также на собственный, пока локальный, но вполне успешный опыт брендингирования так называемого Лугового тракта в Ярославской области. Так по оценкам туристского маршрута «Медвежьего тракта», если на тракте появится хотя бы минимальная инфраструктура для автокемпингов, это даст прирост к туристическому трафику в 70–80%. Нынешний турпоток на «Медвежьем тракте», по замерам компании «Локус Консалтинг Групп», составляет порядка 10 тысяч автотуристов в год. Это в основном те, кто едет изначально не с туристическими целями, но по дороге могут сделать остановку и посетить, например, местный музей, то есть все-таки в результате ведут себя как туристы [5].

5. Самодеятельный туризм выходит на первый план. Национальные туристские маршруты постепенно все больше рассматриваются как подраздел самодеятельного туризма, когда туристы не приобретают у туроператоров готовый турпродукт, а по сформированному маршруту путешествуют самостоятельно, используя туристские карты, мобильные приложения, материалы и инфраструктуру сформированных национальных туристских маршрутов. Число самостоятельных путешествий в целом стало возрастать в связи с развитием интернет-технологий (технологий онлайн бронирования, возможностью приобретения электронных билетов, онлайн-сервисов гостевых сетей, например, CouchSurfing [17]), сервисов онлайн бронирования отелей (например, Ostrovok.ru [22]), сервисов поиска попутчиков

(BlaBlaCar [16]), навигационных приложений (ParkMe, Parking) и т. п.), наличием веб-форумов самостоятельных путешественников, блогов, популярностью телепередач о самостоятельных путешествиях («Орел и Решка», «Мир наизнанку» др.). Все это позволяет отследить перспективы повышения доступности туризма для социальных групп россиян, и особенно тех, кто самостоятельно путешествует с семьей на автомобиле [12].

6. Увеличение количества мобильных приложений или адаптированных сайтов с мобильной версией по национальным маршрутам с интерактивной картой маршрута и привязкой геолокации, цифровых гидов. Это позволит более комплексно увязать все объекты инфраструктуры, существенно увеличить турпоток по маршруту за счет увеличения самостоятельных туристов и автотуристов.

7. Увеличение количества межрегиональных маршрутов, что позволит более комплексно продвигать территории и туристскую индустрию сразу нескольких регионов.

8. Цифровизация получения статистических данных по турпотокам в регионе в связи с переходом на онлайн-бронирование и онлайн-оплаты услуг по маршруту.

9. Расширение географии путешествий и рост конкуренции среди туристских направлений и продуктов.

10. Рост качества управления территории в связи с более высокой степенью организованности потоков туристов.

11. Увеличение количества не переделанных, ранее существующих маршрутов, а принципиально новых национальных туристских маршрутов, построенных с учетом последних тенденций развития международного туризма:

- концепция «медленного туризма», когда все изучают постепенно, возвращаясь при желании снова для более подробного изучения;
- концепция глубокого погружения в природу и аутентичную среду;
- сокращение длительности путешествий, но увеличение их числа;
- востребованность практик цифровой гигиены (без средств связи);
- уединение от посторонних в компании родных и близких;
- формирование маршрутов, завязанных на восстановлении от чрезмерного социального и трудового давления;
- трансформационные путешествия — «Путешествие как перезагрузка»;
- тотальная персонализация предложения, когда единый маршрут можно индивидуально подстроить под требования туристов, и кастомизация (потребителей и туров);

▪ мода на культуру и здоровый образ жизни, осознанный туризм, ответственного туризм и волонтерство, экологический туризм, концепцию которых включают в маршруты;

▪ свободная обратная связь и обмен впечатлениями, для которого создаются условия (полное покрытие wi-fi, общие хэштеги, фотозоны и др.;

▪ распространение концепции «Business & Pleasure» — путешествие как образ жизни;

▪ получение туристами аутентичного опыта и впечатлений — не только смотреть, но и попробовать самим;

▪ вовлечение в туризм широкого спектра новых путешественников, рост популярности активных видов туризма и нишевых предложений;

▪ рост популярности использования в путешествиях индивидуальных средств размещения и альтернативного жилья;

▪ управление формированием впечатлений и опыта туристов.

В России государство все больше внимания уделяет развитию внутреннего туризма: объявляются различные всероссийские конкурсы, новые формы поддержки, гранты и льготные кредиты для малого и среднего предпринимательства. Осуществляется поддержка народных художественных промыслов, экодеревень и многое другое. Реализация национальных туристских маршрутов лишь малая часть. Однако, все это в комплексе способствует улучшению экономики как России в целом, так и регионов в частности, особенно в такое непростое время, как сейчас.

Миненкова Вера Владимировна,

к. г. н., заведующий кафедрой экономической, социальной и политической географии,
Кубанский государственный университет;
minenkova@inbox.ru

Лазарева Вера Александровна,

старший преподаватель кафедры международного туризма и менеджмента, Кубанский государственный университет;
lvera07@mail.ru

Библиографический список:

1. Афанасьев О.Е. Брендовый туристский маршрут: Кейс Сикоку-Хенро в Японии / О.Е. Афанасьев, Ф.К. Гадимова, Д.В. Галкин. Текст: электронный // Сервис в России и за рубежом. 2022. №1 (98). С. 36-44. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brendovyy-turistskiy-marshrut-keys-sikoku-henro-v-yaponii> (дата обращения: 03.11.2022).

2. Афанасьева А.В. Культурные туристские маршруты как механизм геополитической интеграции / А.В. Афанасьева, Э.Э. Ибрагимов, С.В. Чимириш, Т.И. Спатарь-Козаченко //

Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. № 16 (1). С. 113-136. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-turistskie-marshruty-kak-mehanizm-geopoliticheskoy-integratsii> (дата обращения: 09.11.2022).

3. Белоконова Е. Как проверяют национальные маршруты по России, рассказала глава Ростуризма // Отдых в России. Проект «Комсомольской правды»: [сайт]. 2022. URL: <https://www.kp.ru/russia/sovety-turistam/natsionalnye-marshruty-rossii/> (дата обращения: 03.11.2022).

4. В 2022 году планируется запустить 30 национальных туристических маршрутов // Информационное агентство «АК&М»: [сайт]. 2022. URL: https://www.akm.ru/press/v_2022_godu_planiruyetsya_zapustit_30_natsionalnykh_turisticheskikh_marshrutov/ (дата обращения: 02.11.2022).

5. В России такого опыта еще нет. Как «Медвежий тракт» формирует новый тренд в создании нацмаршрутов // Редакция Profi.Travel : [сайт]. 2022. URL: <https://profi.travel/articles/55337/details> (дата обращения: 02.11.2022).

6. Ломидзе М. Когда хочется вернуться: В чем суть Национальных туристских маршрутов // Национальные проекты России: [сайт]. 2022. URL: <https://национальныепроекты.рф/news/kogda-khochetsya-vernutsya-v-chem-sut-natsionalnykh-turisticheskikh-marshrutov> (дата обращения: 03.11.2022).

7. Национальный туристический портал Russia.Travel: [сайт]. 2022. URL: <https://russia.travel/routes/> (дата обращения: 03.11.2022).

8. Никифорова А.А. Туристские маршруты в структуре внутреннего туризма / А.А. Никифорова. — Текст : электронный // Московский экономический журнал. 2022. №3. С. 675–680. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-marshruty-v-strukture-vnutrennego-turizma> (дата обращения: 02.11.2022).

9. Правительство обозначило требования к национальным туристическим маршрутам // Ассоциация туроператоров : [сайт]. 2021. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57974.html> (дата обращения: 03.11.2022).

10. Ростуризм: к 2030 году туристам могут быть доступны еще 150 брендовых маршрутов // Seldon.News : [сайт]. 2022. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/252572370> (дата обращения: 02.11.2022).

11. Сведения о Национальных туристских маршрутах // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. 2022. URL: <https://tourism.gov.ru/reestry/natsionalnye-turisticheskie-marshruty/svedeniya-o-natsionalnykh-turisticheskikh-marshrutakh/> (дата обращения: 03.11.2022).

12. Святоха Н.Ю. Развитие самодельного туризма в степных регионах России в условиях современных вызовов / Н.Ю. Святоха, И.Ю. Филимонова // Вопросы степеведения. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-samodeyatelnogo-turizma-v-stepnyh-regionah-rossii-v-usloviyah-sovremennyh-vyzovov> (дата обращения: 09.11.2022).

13. Указ Президента Российской Федерации от 20.10.2022 № 759 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности» // Официальный интернет-портал правовой информации: [сайт]. 2022. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202210200001?index=0&rangeSize=1> (дата обращения: 04.11.2022).

14. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // КонсультантПлюс : [сайт]. — 2022. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 04.11.2022).
15. Федеральный закон от 20.04.2021 № 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» // Официальный интернет-портал правовой информации : [сайт]. — 2021. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202104200044> (дата обращения: 04.11.2022).
16. BlaBlaCar: [сайт]. 2022. URL: <https://www.blablacar.ru> (дата обращения: 04.11.2022).
17. CouchSurfing : [сайт]. 2022. URL: <https://www.couchsurfing.com/> (дата обращения: 04.11.2022).
18. Gössling S., Scott D., Hall C.M. Pandemics, Tourism and Global Change: a Rapid Assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. 2020. Vol. 29 (1). P. 1-20.
19. Lacassagne A. The New Silk Roads Projects: When Cultural Roads Meet Diplomacy and Geopolitics // *Cultural Roads and Itineraries*. Singapore: Palgrave Macmillan. — 2021. — Pp. 109–128.
20. Lefort I., Chevalier D. When tourism refreshes memories: geopolitical acts, geopolitics in action // *Via. Tourism Review*. 2021. №19.
21. Moira, P., Mylonopoulos, D., & Konstantinou, G. Tourists, Pilgrims and Cultural Routes: The Case of the Kumano Kodo Route in Japan // *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 2021. № 9(3). Pp. 5.
22. Ostrovok.ru : [сайт]. — 2022. — URL: <https://ostrovok.ru/> (дата обращения: 04.11.2022).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

Последствия пандемии коронавируса и последующих решений национальных правительств и международных организаций оказали большое влияние на развитие туризма во всём мире. До пандемии коронавирусной болезни (COVID-19) туризм был одним из самых быстрорастущих секторов в Азиатско-Тихоокеанском регионе. В условиях все большей либерализации рынка авиаперевозок появились бюджетные перевозчики, визовые требования стали более гибкими. Из всех основных секторов экономики туризм пострадал больше всего из-за связанных с пандемией ограничений на поездки. Сокращение регулярных международных пассажирских перевозок в 2020 г. привело к сокращению числа международных пассажиров на 44-80%. Вспышка COVID-19 повлияла на модели поездок китайских путешественников из-за растущей популярности самостоятельных или небольших групповых поездок, а также оздоровительного туризма. В настоящей статье анализируются последствия COVID-19 для туризма и смежных отраслей в некоторых странах. Хотя COVID-19 негативно влияет на экономику и социально-культурное благополучие людей, однако оказывает положительное, воздействие на окружающую среду в местах ограничений. В Китае выбросы снизились на 25% в 2020 г. Большое внимание уделяется эволюции теории причинно-следственных связей между кризисными явлениями и развитием рынка туристских услуг. В течение всего 2020 года выручка отелей в Китае снизилась на 50%. По прогнозам, влияние COVID-19 на туризм в развивающихся странах будет значительно больше, чем в развитых странах.

Ключевые слова: международный туризм, внутренний туризм, пандемия, цифровизация, политика Zero-COVID.

Ma Jia, Liu Chen, O. V. Ivlieva

Southern Federal University

THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON TOURISM DEVELOPMENT

The consequences of the coronavirus pandemic and subsequent decisions of national governments and international organizations have had a great impact on the development of tourism around the world. Before the coronavirus disease (COVID-19) pandemic, tourism was one of the fastest growing sectors in the Asia-Pacific region. In the context of increasing liberalization of the air transportation market, budget carriers have appeared, visa requirements have become more flexible. Of all the major sectors of the economy, tourism has been hit hardest by pandemic-related travel restrictions. The reduction in regular international passenger traffic in 2020 led to a reduction in the number of international passengers by 44-80%. The COVID-19 outbreak has affected Chinese travel patterns due to the growing popularity of self-driving or small group travel as well as health tourism. This article analyzes the impact of COVID-19 on tourism and related industries in some countries. Although COVID-19 negatively affects the economy and socio-cultural well-being of people, it has a positive impact on the environment in places of restriction. In China, emissions decreased by 25% in 2020. Much attention is paid to the evolution of the theory of cause-and-effect relationships between crisis phenomena and the development of the tourist services market. Throughout 2020, China's hotel revenue declined by 50%. The impact of COVID-19 on tourism in developing countries is projected to be significantly greater than in developed countries.

Keywords: international tourism, domestic tourism, pandemic, digitalization, Zero-COVID policy.

До пандемии коронавирусной болезни (COVID-19) туризм был одним из самых быстрорастущих секторов в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), при этом устойчивый экономический рост в национальных экономиках повышал

уровень платёжеспособности населения в контексте реализации внутреннего и международного туризма. Кроме того, в условиях все большей либерализации рынка авиаперевозок появились бюджетные перевозчики, предлагающие недорогие рейсы, а визовые требования стали более гибкими, что еще больше облегчило поездки.

Некоторым из этих тенденций способствовали региональные сообщества, такие как Ассоциация государств Юго-Восточной Азии.

Кроме того, многие страны АТР быстро осознали, что туризм представляет собой драйвер экономического роста, генерирующий значительные поступления в иностранной валюте. Туризм занимает важное место в государственных планах развития КНР и соседних стран АТР как сектор с высоким потенциалом роста, особенно для небольших стран с ограниченным количеством рабочих мест в производстве, но обладающих существенными туристскими активами. Несколько тихоокеанских островных стран инвестировали значительные средства в туризм.

В 2020 г. в общественном дискурсе закрепился такой термин как коронакризис (*coronacrisis*) — глобальный кризис в области здравоохранения и социально-экономический кризис, вызванные пандемией COVID-19. Составители толкового словаря английского языка Collins English Dictionary выбрали словом 2022 года «*permacrisis*» [1], которое представляет собой производное от *permanent* (постоянный) и *crisis* (кризис) и обозначает «длительный период нестабильности и неуверенности».

Профессор из Новой Зеландии К. Холл отметил, что литература по туризму часто приравнивает кризис к экономическим и финансовым катастрофам или уделяет им особое внимание [2]. Сравнительно мало внимания уделяется другим типам кризисов, таким как терроризм, политические и экологические катастрофы. Отчасти это справедливо и для эпидемий и пандемий. Хотя в наиболее цитируемых научных исследованиях по данной тематике не достаточно эмпирических данных для анализа COVID-19, некоторые выводы можно сделать, рассмотрев четыре пандемии XXI века, а именно SARS (2002), «птичий грипп» (2009 г.), MERS (2012 г.) и вспышки лихорадки Эбола последнего десятилетия. SARS, например, не оказал серьезного влияния на экономику САР Гонконг (Китай), но значительно ударил по туризму [3]. Пандемия свиного гриппа затронула только некоторые направления, при этом Мексика потеряла около 1 млн. зарубежных посетителей. Коронавирус ближневосточного респираторного синдрома (MERS), хотя и возник на Ближнем Востоке, оказал широкое влияние на туризм, и даже Южная Корея сообщила о предполагаемой потере 2,1 млн иностранных посетителей. С другой стороны, считается, что лихорадка Эбола в долгосрочной перспективе нанесла ущерб имиджу нескольких африканских направлений.

Значимое место в данном теоретическом вопросе представляет совместное исследование К. Холла, Д. Скотта и С. Гёсслинга, как COVID-19 может повлиять на общество, экономику и, в конечном

счете, на туризм. На примере атипичной пневмонии, MERS и глобального финансово-экономического кризиса (2008–2009 гг.) они показали, что туризм как отрасль относительно устойчив к внешним потрясениям, но выдвинули гипотезу о том, что воздействие COVID-19 на отрасль будет серьезным. Считается, что это связано с конкретными контекстуальными факторами XXI века, такими как рост населения мира, мобильность, урбанизация, промышленное производство продуктов питания в глобальных цепочках создания стоимости, повышенное потребление пищи более высокого порядка, и развитие глобальной транспортной сети [4].

На момент написания уже очевидны значительные последствия для индустрии туризма. Глобальная вспышка COVID-19 поставила мир в тупик. Из всех основных секторов экономики туризм пострадал больше всего из-за связанных с этим ограничений на поездки, а также падения спроса среди путешественников [5]. Существует быстро развивающаяся группа исследований COVID-19 в сфере туризма, которая выдвинула основные темы исследований. Во время пандемии сообщалось о воздействии на экономические, социально-культурные и экологические аспекты, и утверждалось, что повлияет на индустрию туризма как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

С точки зрения экономических последствий, индустрия туризма переживает серьезный экономический кризис, вызванный коронавирусом, и об этом сообщается во всей туристской экосистеме. По оценкам ЮНВТО (Всемирной организации туризма при ООН), глобальные международные туристские прибытия могут сократиться на 20–30% в 2020 году, что может привести к потерям в размере 30–50 млрд долларов США. Во многих городах мира количество запланированных поездок сократилось на 80–90%. Неоспоримо, что секторы гостеприимства и туризма уязвимы перед все более частыми и серьезными бедствиями, которые часто приводят к значительным экономическим потерям. COVID-19 представляет собой экономический супершок, означающий любое изменение фундаментальных макроэкономических переменных или взаимосвязей, которое оказывает существенное влияние на макроэкономические результаты и показатели экономической деятельности, такие как безработица, потребление и инфляция. Таким образом, шок, вызванный COVID-19, следует рассматривать во всем мире, и он приводит к резким и структурным изменениям в различных секторах.

Впоследствии данная пандемия затронула почти все отрасли туризма. Например, учитывая требования политики социального дистанцирования в большинстве стран, ресторанная индустрия пострадала в наибольшей степени.

В секторе размещения введенные COVID-19 ограничения на поездки привели к падению бронирований Airbnb на 96% (у аналогов данного сервиса в Китае Tujia, Fliggy, Xiaozhu, Muniuo, Ctrip и Meituan Homestay также наблюдалось падение числа бронирований в отдельных районах в отдельные периоды времени даже на 100% — локдауны в Ухани, Шанхае и др.). В течение всего 2020 года выручка отелей снизилась на 50%. Восемь из 10 гостиничных номеров пустуют, а 70% сотрудников отелей уволены [6]. Авиакомпании также сильно пострадали, и это оказало сильное негативное влияние на сотрудников и зависимую деятельность. Международная организация гражданской авиации прогнозирует, что сокращение регулярных международных пассажирских перевозок в 2020 г. привело к сокращению числа международных пассажиров на 44–80%. Международный совет аэропортов указал, что кризис приведет к сокращению числа пассажиров на 4,6 млрд в 2020 году и глобальным убыткам в размере 97 млрд. долларов США. Ученые сосредоточили внимание на экономическом воздействии пандемии на индустрию туризма, особенно на кризисном управлении и устойчивости.

Столкнувшись с этой глобальной пандемией, разные страны, в соответствии со своими социальными системами и ресурсами, использовали разные стратегии, чтобы справиться с ней. Более 9 из 10 человек в мире живут в странах, которые ввели ограничения на трансграничные поездки. Тем не менее, меры социального дистанцирования и изоляции оказывают значительное влияние на психическое здоровье и благополучие людей, например, усиление чувства тревоги и депрессии, развитие социального тревожного расстройства и сильное чувство потери. Кроме того, сообщалось о расовой дискриминации и насилии в местах назначения в отношении туристов из стран, где COVID-19 вспыхнул на ранней стадии.

Пандемия также, вероятно, изменит образ жизни туристов, их поведение и привычки в поездках. Вспышка COVID-19 повлияла на модели поездок китайских путешественников из-за растущей популярности самостоятельных или небольших групповых поездок, роскошных поездок, а также оздоровительного туризма. Ожидается, что новые формы туризма, такие как «медленный» и «умный» туризм, также будут лидировать в туристской деятельности в будущем. Эти изменения отклоняются от традиционной китайской коллективистской культуры и социалистической социальной структуры. COVID-19 ограничил права людей на участие в сфере гостеприимства и туризма из-за таких действий, как закрытие границ, сокращение поездок, закрытие достопримечательностей и туристских объектов, отмены права на защиту потребителей в сфере гостеприимства и туризма, реакции

против владельцев гостевых домов и кемперов. Ограничение перемещения по месту жительства и штрафы за несоблюдение, ограничение прав на посещение друзей и семьи, ограничения перемещения в туристских местах и злоупотребление меньшинства путем бойкота их бизнеса.

Воздействие на окружающую среду также становится все более очевидным. Хотя COVID-19 негативно влияет на экономику и социально-культурное благополучие людей, он, вероятно, оказывает положительное, по крайней мере, в краткосрочной перспективе, воздействие на окружающую среду в местах ограничений. Более чистый воздух, увеличение количества диких животных в городах и резкий переход к менее углеродоемкому образу жизни показывают возможность того, чего можно достичь за несколько дней. Загрязнение окружающей среды и выбросы парниковых газов снизились на всех континентах, поскольку страны пытаются сдержать распространение коронавируса. Например, в Китае выбросы снизились на 25% в начале года, поскольку людям было приказано оставаться дома. Заводы закрылись, а потребление угля сократилось на 40%. Процент дней с хорошим качеством воздуха вырос на 11,4% по сравнению с тем же периодом прошлого года в 337 городах Китая. В Европе на спутниковых снимках видно, что выбросы двуокиси азота (NO₂) над северной Италией уменьшаются, аналогичная ситуация наблюдалась в Испании и Великобритании [7]. COVID-19 и устойчивость были основной темой, представляющей академический интерес, в то время как ученые подчеркивали необходимость уделять больше внимания устойчивости в будущем [8]. Утверждается, что это изменение окружающей среды является лишь мимолетным сдвигом или может привести к более длительному сокращению выбросов благодаря усилиям различных заинтересованных сторон, в том числе связанных с развитием туризма. Такое изменение окружающей среды потребовало преобразований, инициированных COVID-19, которые должны быть приняты направлениями в отношении того, как реагировать на изменение климата и углеродно-нейтральную экономику. Эти стратегии показывают, как может выглядеть будущая углеродно-нейтральная экономическая производственная система, и у индустрии туризма могут быть многочисленные возможности для перехода от нынешней модели потребления с высоким потреблением ресурсов к модели, которая является экологически чистой и нейтральной в отношении ресурсов [9].

Таким образом, очевидно, что тяжелые и уже очевидные последствия пандемии подрывают индустрию туризма и что экономические, социально-культурные, политические и экологические последствия являются ключевыми факторами, которые могут повлиять и на академические

круги. Как научная академия туризма отреагирует на долгосрочные последствия пандемии и что ждет эту область в будущем, пока неясно. В этом исследовании будет использоваться сценарный метод, чтобы предложить возможные пути дальнейшего развития туристской академии с учетом COVID-19, включая пути развития, ведущие к этим сценариям.

Глобальная пандемия COVID-19 уже превратилась в экономический, социальный и трудовой кризис, влияющий на спрос и предложение всех продуктов. Влияние COVID-19 на мировую индустрию туризма, вероятно, будет более разрушительным, чем любое другое предыдущее событие. В этом исследовании представлены ранние последствия пандемии COVID-19 для индустрии туризма. Воздействие, вероятно, будет долгосрочным и будет ощущаться в течение следующих двух-трех лет. В связи с масштабами вспышки COVID-19 не обязательно возвращаться к традиционному бизнесу после окончания пандемии, скорее это может стать поводом для переоценки преобразования всей туристской системы в целях обеспечения устойчивости. Более того, после пандемии очень важно вернуть бизнес в нормальное состояние.

Эта ситуация даст возможность подумать о текущей бизнес-структуре туристской индустрии, которую, возможно, потребуется реформировать, чтобы справиться с кризисным моментом, защитить бизнес и сохранить рабочие места. Это означает, что для возрождения индустрии туризма необходим комплексный план. Будущие исследования должны изучить последствия вспышки COVID-19 для въездного и выездного туризма, поведения туристов, занятости и общих темпов роста в индустрии туризма.

На протяжении всей истории мир пережил множество эпидемий и пандемий, но, ни одна из них не имела столь выраженных последствий для мировой экономики, как пандемия COVID-19. За короткое время COVID-19 вызвал большую панику среди людей по всей планете. Чтобы предотвратить дальнейшее распространение COVID-19, большинство стран мира немедленно приняли важные меры в области здравоохранения, такие как запрет на передвижение и закрытие границ. Однако введенные ограничительные меры оказали негативное влияние на мировую экономику, особенно на туристскую отрасль.

Таким образом, COVID-19 представляет собой не только опасность для жизни человека, но и имеет многочисленные краткосрочные и долгосрочные негативные экономические, социальные и экологические последствия. По прогнозам, влияние COVID-19 на туризм в развивающихся странах будет значительно больше, чем в развитых странах. В некоторых небольших странах, где туризм составляет более 50% ВВП

(например, на Мальдивах и Сейшельских островах), пандемия довела большую часть населения до нищеты, поскольку туризм является основным источником дохода в этих странах.

После окончания пандемии COVID-19 в индустрии туризма, скорее всего, произойдут изменения в результате изменения отношения и поведения туристов и многочисленных предложений по ее дальнейшему развитию. Большая часть предложений направлена на обеспечение долгосрочной социальной дистанции во время авиационных и круизных путешествий, проживания в отелях и ресторанах.

Ма Цзя,

аспирант кафедры туризма, Высшая школа бизнеса,
Южный федеральный университет;
364530437@qq.com

Лю Чэнь,

аспирант кафедры туризма, Высшая школа бизнеса,
Южный федеральный университет;
19030884@qq.com

Ивлиева Ольга Васильевна,

д. геогр.н., профессор кафедры туризма, Высшая школа
бизнеса, Южный федеральный университет;
ivlieva.o@mail.ru

Библиографический список

1. Казаков О. И. Туризм в Японии: от падения к восстановлению // Восточная Азия: факты и аналитика. 2022. № 3. С. 31–46.
2. Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А. Гостиничная индустрия в период распространения COVID-19 // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2022. № 1. С. 31–43.
3. Швец И. Глобальное и локальное влияние COVID-19 на сферу туризма // Экономический вестник ИПУ РАН. 2021. Т. 2. № 2. С. 17–25.
4. A year of 'permacrisis' — Collins Dictionary Language Blog. 1st Nov 2022. <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/a-year-of-permacrisis/> (дата обращения: 01.11.2022).
5. Balasundharam V., Koepeke M. R. Diversion of Tourism Flows in the Asia & Pacific Region: Lessons for COVID-19 Recovery. — International Monetary Fund, 2021.
6. Becken S., Loehr J. Asia-Pacific tourism futures emerging from COVID-19 recovery responses and implications for sustainability // Journal of Tourism Futures. 2022.
7. COVID-19 and Tourism | 2020: A year in review — UNWTO. <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (дата обращения: 01.11.2022).
8. COVID-19 Response in East Asia and Pacific — World Bank. <https://www.worldbank.org/en/region/eap/brief/world-banks-operational-response-to-covid-19-coronavirus-in-east-asia-and-the-pacific> (дата обращения: 01.11.2022).
9. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // Journal of sustainable tourism. 2020. Т. 29. № 1. Р. 1–20.

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА ГОРОДА КРАСНОДАРА

Территориальная организация Краснодара формировалась в результате сложной и длительной эволюции: создание передового агропромышленного комплекса (1920–1950-е гг.), превращение в крупный научно-вузовский центр (1940–1960-е гг.), освоение функций крупной энергетики, нефтехимии и промышленности (1930–1970-е гг.), развитие рыночной инфраструктуры (1980–2000-е гг.), приобретение постиндустриального профиля (1990–2000-е гг.), интенсивное жилищное строительство (1960–2010-е гг.), реконструкция более 300 центральных кварталов (с 2005 г.) и планируемое к 2025 г. фактическое удвоение площади урбанизированного пространства. Ни один из крупных российских городов не развивался в последние десятилетия столь стремительно. Сравнение крупных городов показывает, что с 2008 г. Краснодар прочно удерживает вторую позицию в России по абсолютному объему многоквартирного жилищного строительства (уступая только Москве), а в объемах ввода торговых, офисных и гостиничных площадей в расчете на одного жителя Краснодару принадлежит первенство во всей Восточной Европе. Усилилась туристско-рекреационная специализация, многократно вырос поток внутренних и межрегиональных, в том числе транзитных, посетителей, столица региона начала играть роль места регулярной работы и отдыха для сотен тысяч жителей Краснодарского края. Это делает Краснодар сегодня наиболее представительным объектом исследования проблем пространственного развития и территориальной организации городской сферы обслуживания, в т.ч. и гостиничного комплекса. Краснодар кардинально отличается от других крупных российских городов в темпах, уровне развития туристской отрасли и характере приобретающих актуальность проблем. По показателю обеспеченности номерным фондом Краснодар, в котором еще в конце 2012 г. на 1000 жителей приходилось 4,6 гостиничных номера, оставил позади Москву (3,3 номера), Санкт-Петербург (3,2 номера) и Ростов-на-Дону (2,6 номера). Город занимает промежуточное положение между крупными российскими и европейскими туристскими центрами. Это говорит о том, что Краснодар нельзя оценивать как заурядный город регионального значения с догоняющим типом развития гостеприимства. Развитие его гостиничного хозяйства оказалось намного динамичнее, чем в крупнейших туристских центрах Восточной Европы.

Ключевые слова: гостиницы, Краснодар, история гостиничного комплекса, размещение гостиничных предприятий.

D. V. Maximov, T. Y. Sapozhnikova

Kuban State University

HISTORICAL ASPECTS OF THE SPATIAL DEVELOPMENT OF THE HOTEL COMPLEX OF KRASNODAR CITY

The territorial organization of Krasnodar was formed as a result of a complex and long evolution: the creation of an advanced agro-industrial complex (1920–1950s), transformation into a large scientific and university center (1940–1960s), the development of the functions of large-scale energy, petrochemistry and industry (1930–1970s), the development of market infrastructure (1980–2000s), the acquisition of a post-industrial profile (1990–2000s), intensive housing construction (1960–2010s), reconstruction of more than 300 central quarters (since 2005) and the actual doubling of the area of urbanized space planned for 2025. None of the major Russian cities has developed so rapidly in recent decades. A comparison of large cities shows that since 2008, Krasnodar has firmly held the second position in Russia in terms of the absolute volume of multi-apartment housing construction (second only to Moscow), and in the volume of commissioning of retail, office and hotel space per capita, Krasnodar belongs to the championship in all of Eastern Europe. Tourist and recreational specialization has increased, the flow of domestic and inter-regional, including transit, visitors has increased many times, the capital of the region began to play the

role of a place of regular work and rest for hundreds of thousands of residents of the Krasnodar Territory. This makes Krasnodar today the most representative object of study of the problems of spatial development and territorial organization of the urban service sector, including the hotel complex. Krasnodar is radically different from other major Russian cities in the pace, level of development of the tourism industry and the nature of the problems that are becoming relevant. According to the provision of rooms, Krasnodar, in which at the end of 2012 there were 4.6 hotel rooms per 1,000 inhabitants, left behind Moscow (3.3 rooms), St. Petersburg (3.2 rooms) and Rostov-on-Don (2.6 rooms). The city occupies an intermediate position between major Russian and European tourist centers. This suggests that Krasnodar cannot be assessed as an ordinary city of regional importance with a catch-up type of hospitality development. The development of its hotel industry has turned out to be much more dynamic than in the largest tourist centers of Eastern Europe.

Keywords: *hotels, Krasnodar, history of the hotel complex, accommodation of hotel enterprises.*

История индустрии гостеприимства начинается в Краснодаре с момента его основания. Торговый люд, военные и чиновники были постоянными гостями города, размещались они первоначально в зданиях в пределах крепостных стен. После того, как город вышел за границы крепости — к этому времени относится окончание Кавказской войны (вторая половина XIX века) — он начинает стремительно расти. В это время появляются и первые гостиницы. На План города в 1888 г., изданный действительным членом Кубанского статистического комитета Е. Д. Фелицыным, были нанесены 7 гостиниц [4]. К началу 1 мировой войны (1912–1913 гг.) их число достигает 33 ед. (табл.).

К сожалению, существуют отрывочные данные о количестве номерного фонда, датах ввода гостиниц в предвоенный период (1941–1945 гг.), обусловленные трагическими событиями прошлого века: Октябрьской революции, Гражданской войны, Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Многие здания уже не существуют, т.к. были разрушены во время Отечественной войны. Тем не менее, можно экстраполировать имеющиеся

данные по 7 отелям на все гостиницы города (пятая часть от 33 ед.), и определить, что средняя гостиница насчитывала 31 номер (1913 г.). Практически все средства размещения располагались на ул. Красной и близлежащих к ней улицах (рисунок 1).

Такая планировочная схема была присуща практически всем городам Российской Империи — они находились в самых фешенебельных местах города (деловые и культурные центры), и вблизи торговых комплексов (рынков, магазинов). В жилых кварталах (не имеются ввиду особняки «первых лиц» города) средства временного размещения практически отсутствовали, в отличие от современного постсоветского этапа развития общества.

После Гражданской войны практически все гостиницы были закрыты и перепрофилированы под административные здания. Только в 30-е гг. XX века ввиду острой необходимости из-за отсутствия в городе временных мест размещения гостиницы стали появляться вновь (Краснодар, Кубань) [6]. Однако поступательное развитие гостиничного сектора было остановлено Великой Отечественной войной.

Показатели развития гостиничного комплекса г. Краснодар в 1888–2021 гг.

годы	Кол-во гостиниц	Среднее кол-во номеров	Среднее кол-во мест	Кол-во номеров	Кол-во мест	Кол-во мест в среднем по введенной гостинице	Среднегодовой темп роста кол-ва мест (1985 г. – базисный)	Темп роста кол-ва мест за период (1985 г. – базисный)
1888	7	-	-	-	-	-	-	-
1913	33	31	67	1023	2211	-	-	-
1985–1992	11	100	206	1105	2265	100	1,000	1,000
2002	18	83	188	1509	3362	58	1,040	1,484
2007	73	36	76	2616	5572	20	1,106	1,657
2012	135	29	61	3849	8179	20	1,080	1,468
2015	241	24	48	5739	11478	18	1,120	1,403
2019	329	24	52	7304	16957	18	1,102	1,477
2021	290	27	56	7735	16349	17	0,982	0,964

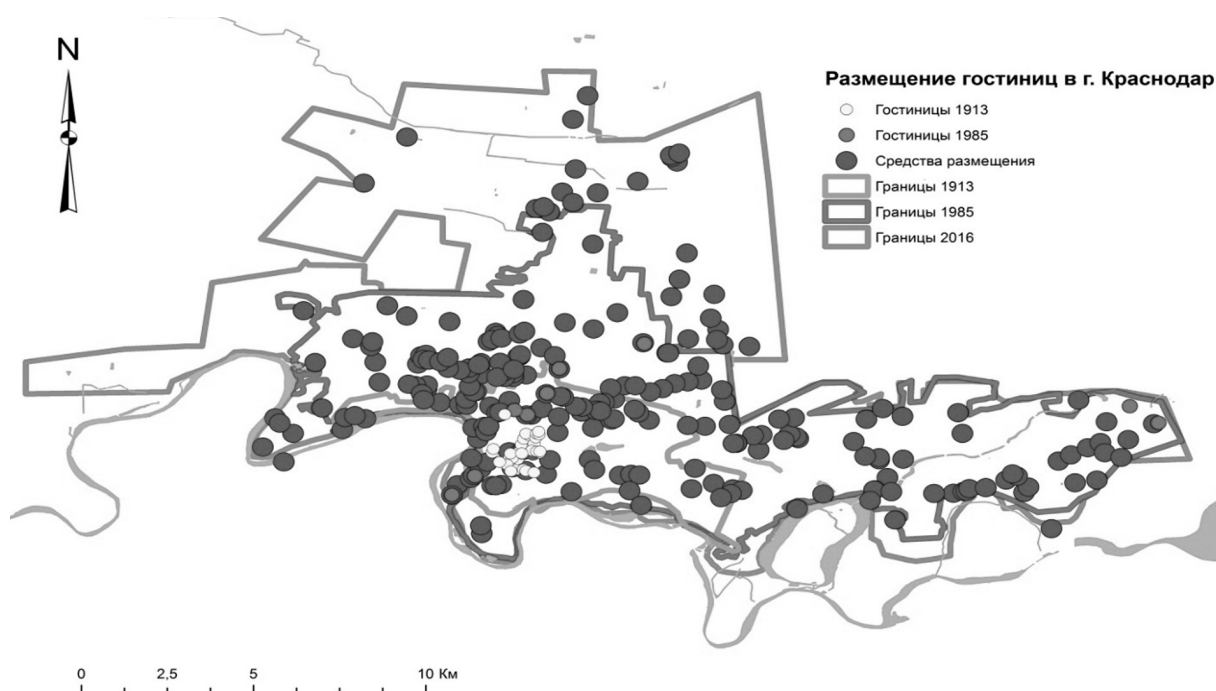


Рис. 1. Размещение гостиничных предприятий г. Краснодар в 1913–2021 гг.

После ее окончания и восстановления народнохозяйственного комплекса гостиничный комплекс получил «новое дыхание». Подавляющая часть крупнейших городов обрела свой современный пространственный облик на волне индустриализации. Их главная функция состояла в массовом индустриальном производстве и в соответствии с этой сверхзадачей формировалась городская среда [2,1]. Однако гостиницы не строились в промышленных зонах, а, как правило, в центре города (Центральная, Интурист, Москва, Кавказ, Турист, Динамо, Труд). Часть гостиничных предприятий открывалась на окраине, вблизи транспортных артерий, для обслуживания транзитных посетителей — «Вахтовик», Гостиница аэропорта, мотель «Южный» (рисунок 1). Особенностью гостиниц советского периода было большое количество номерного фонда: 100 номеров в среднем на гостиницу при среднем количестве мест — 206 ед. (таблица 1). Сфера услуг, как и вся экономика СССР «страдала» гигантоманией в целях использования «эффекта масштаба». Конечно, при командно-административной системе это было экономически обосновано, но в будущем, при переходе к рыночным отношениям размер гостиниц сыграл отрицательную роль, т.к. загрузить отели, выйти на точку безубыточности было чрезвычайно трудно при таких масштабах гостиниц и одновременном падении коэффициента загрузки.

На постсоветском этапе развития эти ошибки советского периода

предпринимателями были учтены, тем более что малые гостиницы не только требуют меньших капитальных вложений, но они и более гибки в управлении. Немаловажен был и вопрос снижения налогового бремени для малых форм хозяйствования (введение ЕНВД). Анализ показателей, характеризующих гостиничный комплекс г. Краснодар в 1985–2021 гг. (таблица 1), свидетельствует о том, что с момента распада СССР параметры гостиничного хозяйства города существенно изменились: на смену крупным СР (среднее количество мест — 206 ед. в 1985–1992 гг.) с вводом в действие нового Налогового кодекса России, пришли представители малого бизнеса.

Для оценки динамики развития гостиничного бизнеса на неодинаковых временных отрезках (10, 5, 3 лет), были рассчитаны среднегодовые темпы роста номерного фонда и среднего номерного фонда 1 гостиницы (таблица 1). Снижение номерного фонда в среднем на одну гостиницу произошло уже в 2002 г., но при этом не так значительно: за 10 лет (с 1992 г.) — на 24 %. Количество гостиниц за тот же период возросло всего на 7 единиц (до 18).

До 2002 г. количество гостиниц хоть и возросло на 63 % (7 ед.), но с учетом длительности периода — 10 лет — темпы роста количества СР были весьма низкими — всего 4 % в год. Количество номеров выросло на 36,6 % (404 ед.). Средний номерной фонд вводимой в строй гостиницы составлял 58 номеров.

В последующие 5 лет (2002–2007 гг.) число гостиниц выросло в 4 раза (на 55 гостиничных предприятия), но номерной фонд — всего на 73 % (+ 1107 номеров). Средняя введенная в строй в то время гостиница имела 20 номеров, что привело к понижению среднего номерного фонда всех гостиниц до 36. Этот период отмечен сравнительно высокими темпами роста гостиничного номерного фонда (10,6 % в год).

С 2007 по 2012 гг. количество гостиниц почти удвоилось (с 75 до 135), при этом номерной фонд вырос почти в 1,5 раза. Темпы роста номерного фонда чуть снизились, но остались на высоком уровне (до 8 % в год). Номерной фонд средней гостиницы Краснодара упал до 29 номеров (во введенной гостинице — по-прежнему 20 номеров). Суммарная выручка гостиниц города в 2012 г. превысила 2 млрд руб. (для сравнения: расходы всего муниципального городского бюджета в этот же период составили 11 млрд руб.). Аккумулируемой денежной суммы было достаточно не только на покрытие текущих издержек и амортизацию, но и на активную реновацию основных средств (отель «Интурист»), развитие внутригородских гостиничных сетей (гостиницы «КиТ», «Ирон»), комплексирование существующего бизнеса (создание постепенно, несколькими строительными очередями на базе одного центрального объекта целой группы туристских предприятий, объединенных в единый ресторанно-гостиничный и сервисный комплекс — гостиница «Платан»).

В течение 2012–2015 гг. (3 года) среднегодовые темпы роста ввода новых номеров снова выросли, став самыми высокими за все время существования г. Краснодар, достигнув 12 % в год. Нужно отметить, что средний номерной фонд гостиницы, вводимой в эксплуатацию, сократился, составив 18 номеров, что в целом привело к тому, что средний номерной фонд гостиницы в 2015 г. стал равен 24 номерам. Номерной фонд на 2016 г. составил 5739 номеров, количество мест — 10,5 тыс.ед. Среднее количество коек на 1 км² составляет 56,2 ед.

С 2015 по 2019 гг. коечная емкость гостиниц Краснодара достигла пика, составив 17 тыс. мест. Количество гостиниц также достигло максимума за все время существования города — 329 ед [3]. Следует заметить, что на сокращение номерного фонда гостиничных предприятий сохранилась — в новых гостиницах количество мест составило в среднем 18 ед., что соответствует уровню 2012–2015 гг. Посетителям города

требуется более качественный сервис (что могут дать серьезные капиталовложения) с одной стороны, с другой — прошел период накопления капитала. Снизились также риски, присущие переходному периоду, и предприниматели (отельеры) стали делать ставку на расширение бизнеса при помощи строительства новых качественных и более комфортабельных отелей.

В городе появляется ряд местных гостиничных цепей (например, «Чехов» — «8-е авеню», «Мартон» и др.)

Пандемия КОВИД-19 серьезно сказалась на показателях развития гостиничного комплекса г.Краснодар (как и во всех городах России), который больше всех пострадал в этот период. В 2020 г. было закрыто 64 гостиницы, т.е. 20% всех предприятий, а их количество снизилось до 265 ед. При этом пострадали представители малого бизнеса: средняя закрытая гостиница насчитывала 11 номеров, что обусловило повышение номерного фонда средней гостиницы в 28 номеров против 24 ед. в 2019 г.

После отмены ограничительных мер гостиничный сектор начал быстро восстанавливаться, и уже в следующем, 2021 г. номерной фонд превысил (7 735 ед. в 2021 г. против 7 304 ед. в 2019 г.), а коечная емкость приблизилась к допандемийному уровню (16,3 тыс. мест против 17,0 тыс. мест соответственно). В 2021 г. количество номеров в средней вводимой в строй гостиницы немного снизилось — до 17 мест, соответственно снизился и средний номерной фонд гостиничного предприятия Краснодара — на 1 номер (до 27 ед.).

Современное гостиничное предприятие Краснодара (средняя гостиница) сегодня представляет собой отель практически в любой части города с количеством номеров 27, количеством мест — 56, что почти в 4 раза меньше показателей 1992 г., но на 17 % больше уровня 2015 г. Доходы от деятельности гостиничного комплекса в 2021 г. составили 3,6 млрд руб. [3].

Постепенно, в течение 24 лет неповоротливый, страдающий гигантоманией гостиничный комплекс г. Краснодар превратился в гибкую уютную, динамично развивающуюся сферу экономики города с преобладающими чертами малого и среднего бизнеса.

На карте локальных городских территорий (ЛГТ) города плотность гостиничных мест отобразилась следующим образом (рисунок 2).

Как видно, наиболее привлекательные ЛГТ расположены почти на 45 параллели (вытянуты с запада на восток, вдоль русла

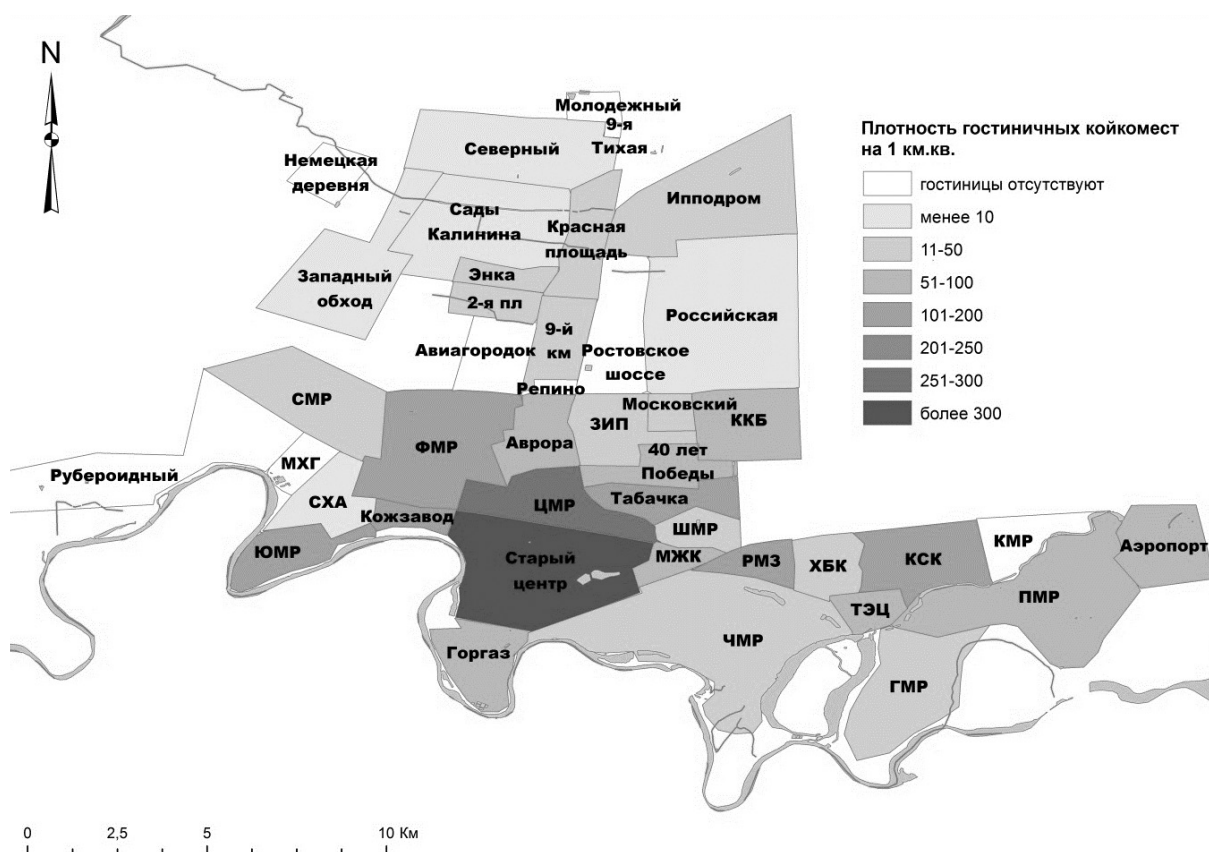


Рис. 2. Плотность гостиничных койко-мест в ЛГТ г. Краснодар в 2021 г.

р. Кубань), от Юбилейного микрорайона (ЮМР) до аэропорта, с небольшим «ответвлением» к ККБ (район Краевой клинической больницы). Наибольшая концентрация койко-мест наблюдается в Центре города (ЦМР и Старый центр). Именно здесь находятся представители мировых гостиничных цепей («Хилтон», «Мариотт», «Ибис»). Практически все они создают неповторимый облик г.Краснодар, являясь его «визитными карточками». Отметим, что в 4 кв. 2019 г. плотность номерного фонда отелей Краснодара достигла «европейских» стандартов: на 1 тыс. жителей приходится 30 койко-мест в гостиницах города.

Рассмотрим географические особенности развития гостиничного хозяйства Краснодара.

Во-первых, нарушается закон специализации внутригородских территорий по признаку удаленности от центра (закон концентрического зонирования по И.Тюнену): гостиницы различного уровня комфортабельности представлены одинаково высоким числом и в престижных центральных районах города, и на его окраинах [7]. При этом в непосредственной близости могут находиться гостиницы и 2-х, и 5-и звезд. Отдельно стоящие отели высокого класса (4–5 звезд) встречаются только

на ул. Красной (центральной), прослеживается явная тенденция притяжения к ним прочих гостиниц, которые географически тяготеют к ним. В непосредственной близости от высоко комфортабельных гостиниц иногда встречаются аналогичные им по качеству заведения, но чаще они окружены с разных сторон целой плеядой от 2–3 до 7, и даже 10 средних по качеству отелей.

Во-вторых, география размещения гостиниц представлена практически исключительно (за небольшим исключением) селитебными территориями, что определяет выраженную дискретность гостиничных ареалов, отсутствие протяженного в пространстве, сплошного рынка гостиничных услуг. Усиливает территориальное дробление городского гостиничного хозяйства железная дорога и природные водоемы.

В-третьих, выделяются четыре крупные территориальные зоны в пределах городской черты и соответствующие им зоны гостиничного хозяйства. Анализ средней цены гостиничного номера для различных городских районов позволяет выявить ярко выраженный ценовой градиент вдоль оси центр–периферия, на который оказывает корректирующее влияние секторальная организация городского пространства Краснодара. Этим зонам гостиничного хозяйства,

на которые приходится 90% всего номерного фонда Краснодара, можно дать название в соответствии с их пространственной ориентацией относительно исторического центра города: Центральный район, Северо-Западная полупериферия (включающая такие градостроительные районы, как ФМР, ул. Кубанская набережная и пространство между ними), Северо-Восточная полупериферия (ЗИП, район парка «40 Лет Победы») и Восточная зона (ул. Уральская, КМР, ГМР, ст. Пашковская).

Можно дифференцировать зоны гостиничного хозяйства Краснодара по типу функционирующей в каждой из них индустрии гостеприимства: с преобладанием престижных или обычных объектов обслуживания, что позволяет проследить соотношение количественных и качественных факторов ценообразования в гостиничной отрасли.

Прослеживается отчетливая взаимосвязь между уровнем развития индустрии гостеприимства в той или иной зоне городской рекреации и уровнем цен проживания в гостиницах, которая подтверждается анализом парной корреляции: критерий Пирсона X^2 дает результат 0,76, что означает наличие тесной зависимости. Отсюда следует вывод: более насыщенной инфраструктуре обслуживания населения соответствует более востребованные гостиничные услуги.

Одновременно подтверждается и другая закономерность: более престижные услуги также увеличивают привлекательность временного проживания. При этом если сравнить силу этих двух тенденций, то легко убедиться, что увеличение относительной доли объектов обслуживания, обеспечивающих престижное (или показное, статусное) потребление, повышает спрос на внутригородскую территорию в большей степени, чем абсолютный рост количества этих объектов. Это следует из сопоставления прироста цены гостиничных услуг внутри обеих групп гостиничных зон по мере увеличения числа объектов обслуживания (на каждые 10% увеличения количества объектов гостеприимства прирост цены составляет 2–3%), которую можно назвать эластичностью цены по густоте обслуживающей инфраструктуры, с межгрупповым структурным сдвигом цены по наличию объектов престижного потребления (на каждые 10% увеличения доли объектов престижного потребления прирост цены составляет 10–15%), которую можно назвать эластичностью цены по качеству обслуживающей инфраструктуры [5]. Таким образом, привлекательность

внутригородской территории для отдыхающих находится в большей связи с возможностью осуществлять на ней демонстративное, статусное потребление, нежели чем с количеством или густотой объектов индустрии гостеприимства.

В заключение хотелось бы отметить, что гостиницы в постсоветский период появляются не только в научно-обоснованных с точки зрения маркетинга местах. Зачастую местоположение отеля на 2–3 линии от удобных транспортных внутригородских магистралей обусловлено возможностью недорого приобрести земельный участок, целевое назначение которого сравнительно легко изменить. Такая ситуация ведет к хаотизации гостиничного комплекса Краснодара в пространственном аспекте.

Максимов Дмитрий Васильевич,

к. г. н., доцент кафедры международного туризма и менеджмента, Кубанский государственный университет;
dvmaksimov68@mail.ru

Сапожникова Татьяна Юрьевна,

преподаватель кафедры международного туризма и менеджмента, Кубанский государственный университет;
yanasapoggok@gmail.com

Библиографический список

1. Авдеева Т. Т., Евстафьев А. И. Подходы к управлению пространственным развитием города и механизмы их практической реализации. Монография. Краснодар, Кубан.гос.ун-т, 2011.
2. Дружинин А. Г. Пространственное развитие города-миллионера: тенденции постсоветского периода. Монография. — Ростов на Дону, ЮФУ, 2008. — 192 с.
3. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края. Статистический сборник/ Краснодарстат — Краснодар, 2022. — 120 с.
4. План Екатеринодара авторства Фелицына 1888 г. URL: http://www.etomesto.ru/map-kuban_1888-ekaterinodar/ (дата обращения 20.10.2016)
5. Ткачева И. С., Кузякина М. В., Максимов Д. В., Грибов С. О. Тенденции развития гостиничного бизнеса в крупном городе (на примере города Краснодар). В книге: Современные проблемы регионального развития. Тезисы VI Международной научной конференции. Под редакцией Е. Я. Фрисмана. Институт комплексного анализа региональных проблем Дальневосточного отделения РАН (Биробиджан) 2016. С. 491–494.
6. Шахова Г. С. Улицы Краснодара рассказывают: История города в рассказах об улицах, площадях, скверах. — Краснодар: ООО «Полиграфист», 2002.-206 с.
7. R. Oldenburg. The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. New York, 1999.

АНАЛИЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ РАЗМЕЩЕНИЙ: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ (на материалах Пермского края)

Одним из важных условий развития туризма в регионе является обеспеченность средствами размещения. В статье предлагается методика исследования территориальной организации сети коллективных средств размещения. Территория исследования — муниципальные образования Пермского края. Цель — пространственный анализ сети коллективных средств размещения в Пермском крае и выявление территорий с недостаточным уровнем их развития для формулирования рекомендаций по созданию новых объектов туристской инфраструктуры. Предметом исследования является территориальная структура сети коллективных средств размещения. В качестве информационной базы исследования выступают данные официальной статистики ТО ФСГС по Пермскому краю (Пермьстат) по коллективным средствам размещения в разрезе муниципалитетов за 2019 г, информация о существующей в регионе туристской маршрутной сети, о туристских узлах (населенных пунктах, с пересечением одного и более туристских маршрутов). В результате проведенной работы были выявлены территории с недостаточным уровнем развития сети КСР. К таким территориям относятся Чердынский ГО, ГО Березники (г. Березники и г. Усолье), ГО Соликамск (г. Соликамск), Чусовской ГО (г. Чусовой), Кудымкарский ГО (г. Кудымкар), Губахинский ГО, Суксунский ГО и др. Результаты работ были использованы при подготовке Стратегии развития туризма Пермского края до 2035 г.

Ключевые слова: туризм, коллективные средства размещения, территориальная организация, Пермский край

S. E. Myshlyavtseva

Perm State University

ACCOMMODATION FACILITIES ANALYSIS: TERRITORIAL ASPECT (IN CASE OF PERM KRAI)

The availability of accommodation facilities is one of the important conditions for the development of tourism in the region. The article proposes a methodology for studying the territorial organization of a network of accommodation facilities. The study area is the municipalities of the Perm Krai. The goal is a spatial analysis of the network of accommodation facilities and identification of territories with an insufficient level of their development in order to formulate recommendations for the creation of new tourist infrastructure facilities. The subject of the study is the territorial structure of the network of accommodation facilities. The information base of the study is the data of official statistics (Permstat) on accommodation facilities in the context of municipalities for 2019, information on the tourist route network existing in the region. As a result of the work carried out, territories with an insufficient level of development of the network accommodation facilities were identified. Such territories include Cherdyn, Berezniki and Usolye, Solikamsk, Chusovoy, Kudymkar, Gubakha, etc. The results of the work were used in the preparation of the Strategy for the Development of Tourism in the Perm Territory until 2035.

Keywords: tourism, accommodation facilities, territorial organization, Perm Krai.

Введение. Анализ программных документов, направленных на развитие туризма в Российской Федерации на разных уровнях национальном и региональном, показывает, что одной из проблем существующих в настоящее время является проблема недостатка современных средств размещения туристов,

что лимитирует туристские потоки. Туристская инфраструктура — одно из условий развития туризма в регионе и важный фактор конкурентоспособности регионального туристского продукта. К туристской инфраструктуре относятся целый ряд предприятий, участвующих в удовлетворении многообразного и комплексного туристского спроса. Это предприятия, предоставляющие услуги размещения

(коллективные и индивидуальные); оказывающие услуги общественного питания, услуги развлечений и др.

Одним из важных условий развития туризма в регионе является обеспеченность средствами размещения. Возможность размещения туристов в период максимальной туристской активности во многом определяет величину туристских потоков. Поэтому становится актуальным ответить на вопросы достаточно ли обеспеченность региона местами для размещения туристов, не является ли уровень их развития лимитирующим фактором, какова сложившаяся территориальная структура сети размещения и как она коррелирует с современной туристской маршрутной сетью и туристскими потоками. Ответы на эти вопросы можно получить, проведя анализ территориальной организации сети размещения, что позволит сделать аргументированные выводы о необходимости/отсутствии необходимости ее совершенствования. Анализ сети размещения в Пермском крае выполнялся при разработке Стратегии развития туризма в Пермском крае до 2035 года [4].

Публикаций, посвященных изучению территориальной организации сети размещения, относительно немного например, В.В. Миненкова, Т.В. Салеева, И.А. Скрипниченко в которой проанализировано территориальное распределение классифицированных средств размещения по территории Краснодарского края [2], О.В. Отто, А.Г. Редькин, где дан анализ территориальной организации сети размещения Алтайского края [3], О.В. Ивлиева, К.В. Кушнир, где оценено современное состояние средств размещения на российском побережье Азовского моря и выявлены потребности районов в их количестве при существующем и ожидаемом в перспективе потоке туристов [4].

Материал и методика исследования

Территория исследования — муниципальные образования Пермского края. Предметом исследования является территориальная структура сети коллективных средств размещения. В качестве информационной базы исследования выступают данные официальной статистики ТО ФСГС по Пермскому краю (Пермьстат) по коллективным средствам размещения (КСР) в разрезе муниципалитетов за 2019 г, информация о существующей в регионе туристской маршрутной сети, о туристских узлах (населенных пунктах, с пересечением одного и более туристских маршрутов). Основными методами исследования являются математико-статистический и картографический анализ.

Цель исследования — пространственный анализ сети коллективных средств размещения в Пермском крае и выявление территорий с недостаточным уровнем развития для формулирования рекомендаций по созданию объектов туристской инфраструктуры.

Для нашего исследования важным является не просто изучить территориальную структуру сложившейся сети размещения, но провести ее сопоставление с существующим туристским маршрутным каркасом, что позволит сделать аргументированные выводы о необходимости расширения сети КСР.

На рисунке 1 представлен каркас туристской маршрутной сети региона. Региональные туроператоры отмечают, что по целому ряду туристских направлений в регионе существует нехватка мест для размещения. Особенно это проявляется в летне-осенний период, в выходные и праздничные даты. Так же эта проблема остро встает при реализации социального заказа на обслуживание детских групп, групп туристов серебряного возраста.

Так, например, маршруты в северном направлении, включающие Пермь – Березники – Усолье – Соликамск – Чердынь – Ныроб, общей протяженностью более 360 км, имеют продолжительность 2–3 дня, и включают 1–2 ночевки. Главными туристскими магнитами маршрута являются Соликамские музеи и архитектурные ансамбли, историко-архитектурный музей «Усолье Строгановское» (г. Усолье), Чердынский краеведческий музей им. А.С. Пушкина, в целом культурный ландшафт г. Чердынь. Город Березники, второй по численности населения город края, наилучшим образом обеспечен объектами туристской инфраструктуры, в том числе местами размещения (порядка 1,9 тыс. мест в КСР на 2019 г.). Емкость существующего размещения в г. Чердынь, г. Соликамск не позволяет размещать всех желающих, в г. Усолье предприятия размещения отсутствуют, что является лимитирующим фактором в развитии туризма. Туроператоры вынуждены планировать ночевку в г. Березники за 120 км, или в г. Соликамск за 90 км, что ограничивает демонстрацию туристских возможностей Чердыни и Чердынского ГО, г. Усолье. Туристы в основном посещают территорию как экскурсанты.

Другим примером является северо-западное направление, маршрут Пермь – Кудымкар – Кочевое – Пармайлово, протяженностью 310 км. Еще несколько лет назад, туристские познавательные маршруты сюда были относительной редкостью. Но совместная работа деятелей учреждений культуры (краеведческий музей им. П.Н. Субботина-Пермяка, Коми-Пермяцкий национальный драматический театр,

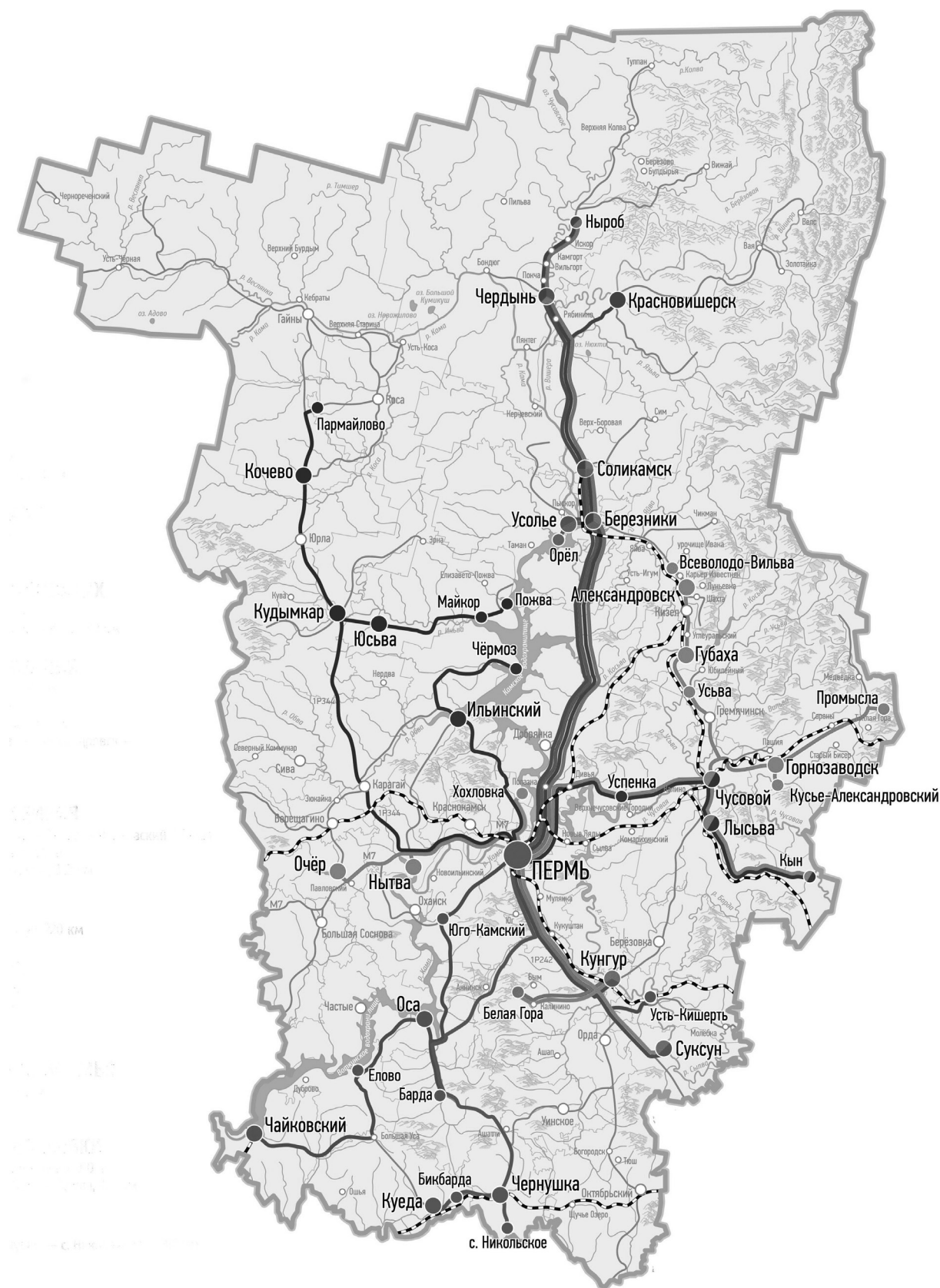


Рис. 1. Каркас туристской маршрутной сети культурно-познавательного туризма в Пермском крае [4].

Таблица 1

**Классифицированные КСР Пермского края, на 02.02.2022.
Составлено автором на основе источника [5]**

Звездность	Число КСР	Число мест
5*	3	290
4*	12	1010
3*	45	3754
2*	47	835
1*	10	299
Без звезд	96	5451

Коми-Пермяцкий этнокультурный центр), местного бизнеса, администрации, туроператоров, организованного туристского продвижения привели к росту популярности направления и как следствие возник дефицит мест для размещения.

Помимо физической нехватки мест, отмечается недостаточный уровень качества предоставляемых услуг. На дату анализа информации федерального перечня туристских объектов, в Пермском крае классификацию прошли 213 КСР, это менее половины существующих КСР. Из табл. 1 видно, что большинство КСР классифицированы с категорией «без звезд».

В качестве примера можно рассмотреть ситуацию в туристских центрах, так в г. Чердынь классифицировано 1 КСР — без звезд на 27 мест. В г. Березники классифицировано 6 КСР — без звезд (323 места), 2 КСР — 2 звезды (35 мест), 2 КСР — 3 звезды (300 мест), 2 КСР — 4 звезды (120 мест). В г. Соликамск 2 КСР — без звезд (119 места), 2 КСР — 2 звезды (82 мест), 2 КСР — 3 звезды (45 мест). В г. Кудымкар 5 КСР — без звезд (236 мест).

Таким образом, с одной стороны отмечается необходимость расширения сети размещения, соответствующей современным требованиям качества, а с другой отсутствие возможности со стороны бизнеса эту необходимость удовлетворить. Владельцы существующих средств размещения (в основном это малые средства размещения) в большинстве своем не в состоянии инвестировать в расширение предприятий, или не заинтересованы в этом, в связи с крайне неравномерным уровнем загрузки в течение года. Так же существует проблема привлечения новых инвесторов в муниципалитеты, куда направлены основные туристские потоки, и находящихся за пределами центра региона, в силу большой неопределенности и высоких рисков возврата вложенных средств. Появление новых средств размещения в этих условиях невозможно без специальных мер поддержки со стороны туристской администрации региона в лице краевого министерства туризма.

Для оказания максимально адресной поддержки и в условиях ограниченных ресурсов необходимо определить туристские территории, где проблема нехватки КСР стоит наиболее остро.

Для определения таких территорий предлагалась следующая методика. Расчет необходимого числа мест в коллективных средствах размещения производился двумя путями:

1. С позиции стратегических целей развития сферы туризма в Пермском крае
2. С учетом загрузки КСР

Для выполнения расчетов использовались следующие показатели:

- число мест в КСР, фактическое
- число размещенных в КСР прогнозом на горизонте 2035 г.
- средняя продолжительность пребывания, сут.
- прогнозный показатель числа ночевков в 2035 г.
- базовый расчетный показатель, значение сотой доли от показателя «число размещенных в КСР в прогнозном горизонте 2035 г»

Для расчета прогнозного числа мест были введены следующие коэффициенты:

- вес месяца максимальной загрузки (1 до 100)
- коэффициент неравномерности туристского потока (0,2 до 1), где 1 — максимально равномерное распределение потока в течение года, 0,2 — максимально неравномерное распределение.

Данные коэффициенты определяются исходя из данных о туристской специализации территории (табл. 2, 3)

Фактическая пропускная способность средств размещения в год в МО рассчитана по формуле:

$$K_{\text{общее}} = M * P,$$

где, $K_{\text{общее}}$ — пропускная способность (емкость) средств размещения, число койко/суток, ед.

M — число мест, ед

P — календарный период, сут.

Таблица 2

Специализация	Вес месяца максимальной загрузки (%)
Преимущественного развития туризма с целью отдыха и рекреации	20–30
Преимущественного развития туризма с деловыми целями, многофункциональные территории	10
Преимущественного развития туризма с целями лечения и оздоровления	15

Таблица 3

Распределение туристского потока	Коэффициент неравномерности распределения потока, ед
Туристский поток распределяется равномерно в течение недели	0,75–1
Туристский поток распределяется неравномерно, максимальная загрузка в выходные дни, в субботу, воскресенье	0,1–0,25
Туристский поток распределяется неравномерно, максимальная загрузка в течение части недели (с четверга по воскресенье)	0,25–0,5

Коэффициент загрузки рассчитан по формуле:

$$K \text{ загрузки} = (N * 100) / K \text{ общее}$$

где,

$K \text{ загрузки}$ (%), коэф. загрузки

N — число ночевков в год, ед.

$K \text{ общее}$ — пропускная способность (емкость) средств размещения, число койко/суток, ед.

Расчет прогнозного числа мест в КСР, с позиции стратегических целей развития туризма произведен по следующей формуле

$$M \text{ прогноз} = K \text{ база} * K1 * K2$$

где,

$K \text{ база}$ — базовый расчетный показатель, значение сотой доли от показателя «число размещенных в КСР в прогнозном горизонте 2035 г.», ед

$K1$ — вес месяца максимальной загрузки (%)

$K2$ — коэффициент неравномерности туристского потока

Расчет прогнозного числа мест в КСР, с учетом загрузки (30 %, 50 %, 70 %) произведен по следующей формуле

$$M \text{ прогноз} = (N * 100) / (L * K \text{ загрузки})$$

где,

N — прогнозное число ночевков в год, ед

L — календарный период, дней (365)

$K \text{ загрузки}$ — 30 %, 50 %, 70 %

Есть необходимость использования для анализа более детальных сведений по КСР в поквартальном, или даже помесечном разрезе. Такая статистика, к сожалению, отсутствует.

Результаты и обсуждение. На первом этапе была рассмотрена существующая обеспеченность территорий муниципальных образований местами в коллективных средствах размещения (рис. 2), а также коэффициент загрузки КСР по территориям (рис. 3). Как показывает рис. 2. наилучшим образом местами в КСР обеспечены территории ГО Пермь (9 457 мест в КСР) и Пермского МР (8 581), в них расположено около 55 % всех существующих в крае мест в КСР. Обеспеченность следующих трех территорий — Чайковского МР (1844) и ГО Березники (1540), Кунгурского ГО (1251) существенно ниже. Самая низкая обеспеченность отмечается для районов Коми округа (за исключением ГО Кудымкар), а так же Сивинского, Большесосновского, Частинского, Уинского, Ординского и Березовского районов края. В этих территориях может быть по одному-двум предприятиям с номерным фондом, не превышающим 20 мест.

Рисунок 3 показывает относительно высокую среднегодовую загрузку четырех территорий — Добрянского ГО, Суксунского ГО, Оханского ГО и Куединского МО. Анализ показателей говорит о том, что такой уровень загрузки в Добрянском и Суксунском ГО обеспечивается функционирующими крупными санаторно-курортными учреждениями Санаторий «Демидково» и Курорт «Ключи». В Куединском МО малое число мест (67 койко/мест) дает темно коричневый фон, соответствующий высокой среднегодовой загрузке предприятий.

Как уже отмечалось выше, в Пермском крае есть территории, для которых проблема нехватки мест в средствах размещения выявляется без проведения специальных исследований. Так, несмотря на низкий уровень годовой загрузки предприятий размещения, существует

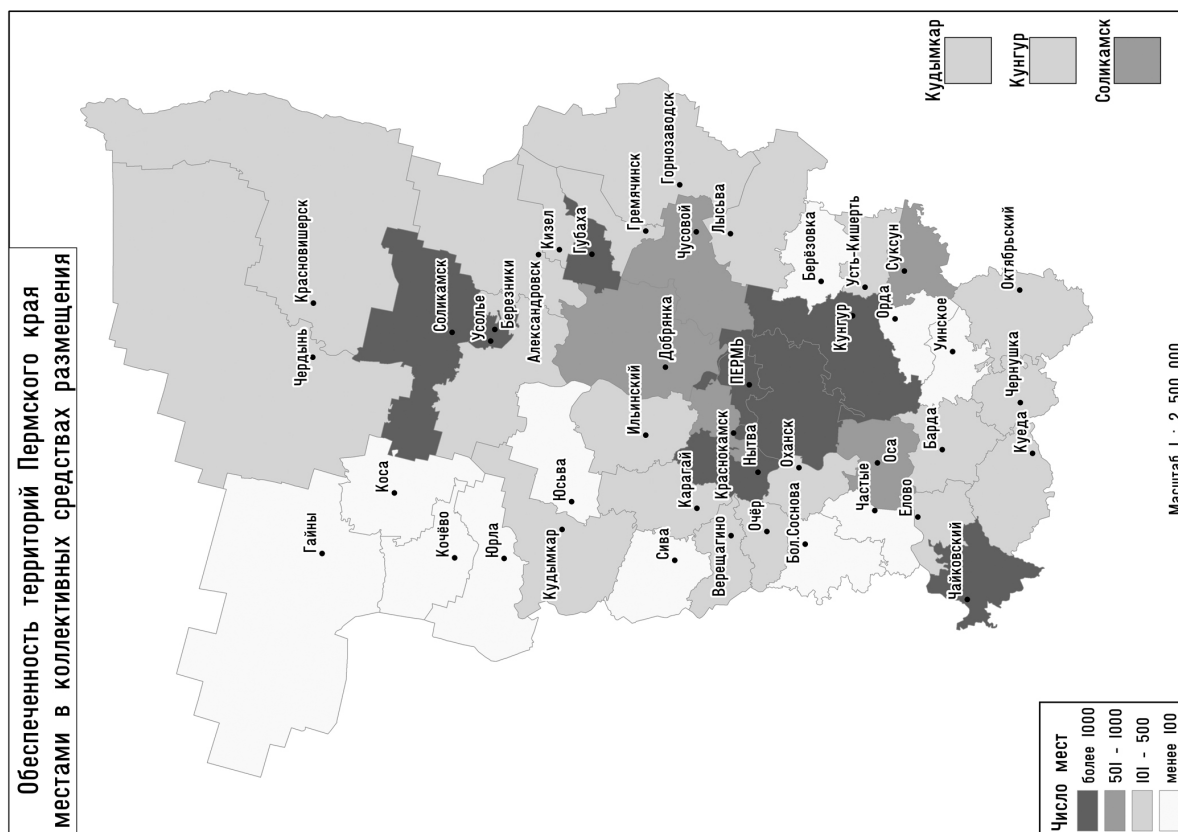


Рис. 2. Обеспеченность территорий Пермского края местами в КСР, 2019 г.
Рисунок составлен на основе данных Пермьстат.

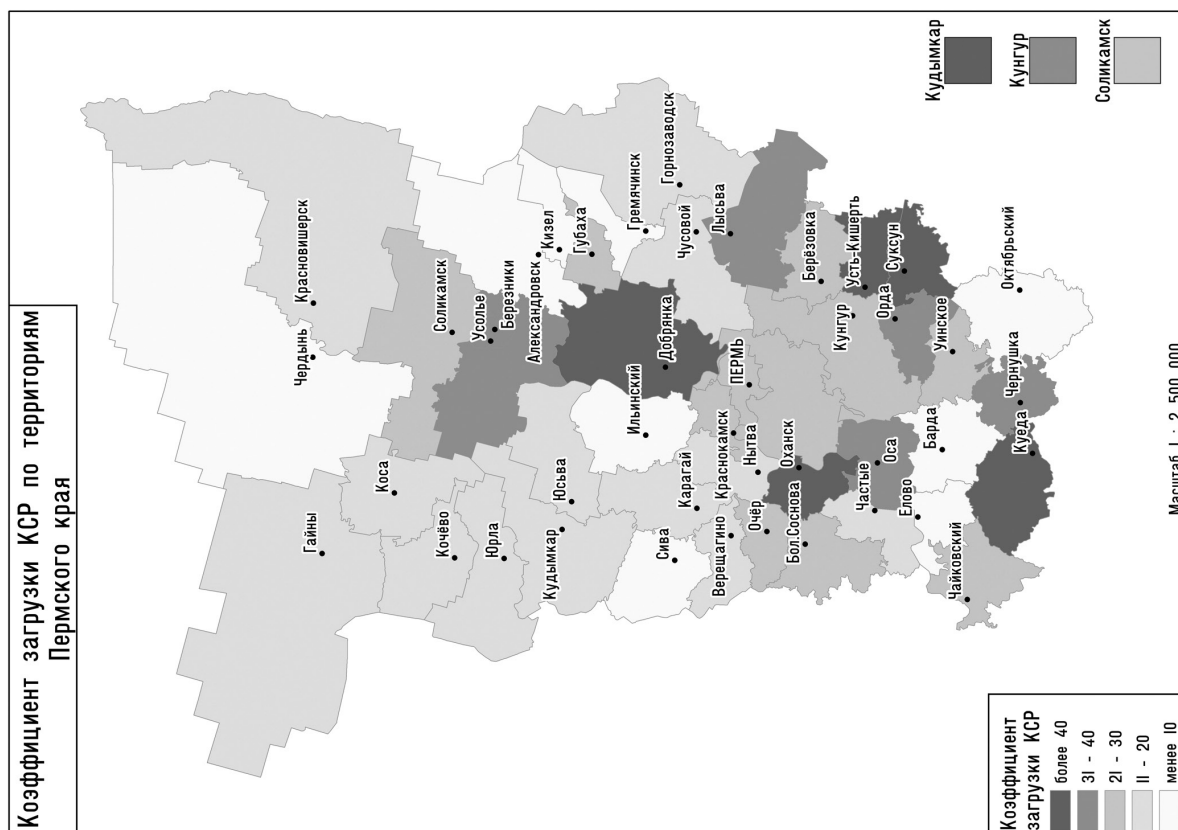


Рис. 3. Коэффициент загрузки КСР по территориям Пермского края, 2019 г.
Рисунок составлен на основе данных Пермьстат.

проблема недостаточной единовременной вместимости предприятий в некоторых территориях и в определенный период года. Остро стоит проблема нехватки мест для размещения в г. Чердынь. Согласно данных официальной статистики в городском округе расположено 6 предприятий на 205 койко/мест. Естественно, есть проблемы с местами для размещения в период активного туристского сезона (в выходные дни), а так же в период проведения массовых событийных мероприятий, проводимых в летнее время, таких как Зов Пармы, собирающих в отдельные годы более 30 тыс. гостей за несколько дней проведения фестиваля. Для г. Чердынь необходимо создание дополнительных гостиниц туристского класса на 20–25 номеров не менее 50 мест (не менее двух объектов).

Расчеты, проведенные по предложенной методике показали, что при прогнозируемом к 2035 г. росту туристского потока и существующей емкости средств размещения потребность в расширении сети КСР и увеличения числа мест сложится в ГО Березники (г. Березники и г. Усолье), ГО Соликамск (г. Соликамск), Чусовской ГО (г. Чусовой) не менее 1 КСР, на 25 номеров (50 мест). В Кудымкарском ГО (г. Кудымкар) необходимо создание 2 КСР вместимостью 25 номеров (50 мест). В Губахинском ГО, при условии реализации инвестиционного проекта развития спортивно-туристического комплекса «Губаха» уже запланировано создание гостиницы на 120 номеров. В Суксунском ГО, при условии реализации инвестиционного проекта развития курорта «Ключи» создание двух гостиниц на 150 номеров (250 мест) и 120 номеров (240 мест).

Для территорий преимущественного развития активного туризма есть потребность создания специализированных средств размещения кемпингов, глемпингов, мобильных средств размещения. Это территории Красновишерского, Лысьвенского, Чусовского, Горнозаводского ГО.

Заключение. В результате проведенного исследования был выполнен анализ территориального распределения и основных

показателей функционирования сети коллективных средств размещения Пермского края. Определена существующая обеспеченность территорий КСР. Предложенная методика позволила выполнить необходимые расчеты и определить потенциальную потребность в создании дополнительных мест в КСР для целого ряда территорий региона, в частности ГО Березники (г. Березники и г. Усолье), ГО Соликамск (г. Соликамск), Чусовской ГО (г. Чусовой), В Кудымкарском ГО (г. Кудымкар), Губахинском ГО, Суксунском ГО и др.

Мышлявцева Светлана Эдуардовна,

к.г.н., доцент, доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
mushl_sve@mail.ru

Библиографический список

1. Ивлиева О.В., Кушнир К.В. Современное состояние средств размещения туристов на российском побережье Азовского моря // Географический вестник = Geographical bulletin. 2017. №3(42). С. 116–125. DOI: 10.17072/2079-7877-2017-3-116-125.
2. Миненкова В.В., Салеева Т.В., Скрипниченко И.А. Классификация средств размещения: территориальная организация на национальном и региональном уровнях (на примере Краснодарского края) // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 4. С. 178–187. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10416.
3. Отто О.В., Редькин А.Г. Территориальная организация коллективных средств размещения алтайского края // Наука и туризм: Стратегии взаимодействия, 2018 № 9 С. 81–92
4. Распоряжение Правительства Пермского края от 01 апреля 2022 г. № 82-рп «Об утверждении Стратегии развития туризма в Пермском крае на период до 2035 г.»
5. Федеральный перечень туристских объектов. Код доступа: <https://классификация-туризм.рф/displayAccommodation/index>. Дата обращения 02.02.2022.

ИНТЕРЕС К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ВИРТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА СФЕРЫ HoReCa

Обучение персонала навыкам сервисного поведения и развитие сервисных компетенций перестало быть модой и становится жизненной необходимостью для любого сервисного предприятия. Современный сервисный процесс основан на индивидуальном обслуживании, диагностике и моделировании процесса обслуживания, анализе потребностей человека в материальных и нематериальных объектах и услугах. Сервисным организациям необходим компетентный и психологически наученный, обученный персонал, способный организовать сервисную деятельность и обеспечить своевременное, комфортное и безопасное обслуживание клиентов. Образовательные услуги с использованием виртуальных технологий интересны работодателям сферы HoReCa. Виртуальная реальность выступает мощным средством для создания острых ощущений и интерактивных проекций непосредственно в трехмерном виртуальном пространстве. Внедрение новых современных технологий усилит результат обучения, и персонал будет готов тратить свое время на такой формат образования.

Ключевые слова: сервисное предприятие, сервисный персонал, обучение персонала, виртуальная реальность.

E. G. Luzina, S. R. Sharifulin

Perm State University

INTEREST TO USE VIRTUAL TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF TRAINING OF STAFF OF THE SPHERE OF HoReCa

Training personnel in service behavior skills and developing service competencies has ceased to be a fashion and is becoming a vital necessity for any service enterprise. The modern service process is based on individual service, diagnostics and modeling of the service process, analysis of human needs for tangible and intangible objects and services. Service organizations need competent and psychologically trained, trained personnel capable of organizing service activities and providing timely, comfortable and safe customer service. Educational services using virtual technologies are of interest to HoReCa employers. Virtual reality is a powerful tool for creating thrills and interactive projections directly in a three-dimensional virtual space. The introduction of new modern technologies will enhance the result of training, and the staff will be ready to spend their time on this format of education.

Keywords: service enterprise, service personnel, personnel training, virtual reality

По мере развития экономической сферы в России спрос на специалистов по профилю «сервис» растет. Работники, приходящие на предприятия сервисной деятельности, не всегда осознают, что ключевой фокус при предоставлении и продаже услуг должен быть на клиенте, его потребностях и особенностях. Услуга является товаром с определенными особыми свойствами и характеристиками, а работник сервисного предприятия её производителем и продавцом. Подобное совмещение функций специалиста и продавца

в одном лице в рыночной практике встречается, как правило, только в сфере услуг. В настоящее время, даже если у компании безупречная репутация в отношении точности выполнения требований клиентов, соответствия сроков выполнения, качества товаров или услуги и даже обслуживания с улыбкой, клиенты могут не остаться преданными компании. Сейчас недостаточно просто удовлетворить клиента, он требует большего.

Обучение персонала навыкам сервисного поведения и развитие сервисных компетенций перестало быть модой и становится жизненной необходимостью для любого

сервисного (и не только) предприятия. Компании отлично справляются с данной задачей и ежегодно вносят статью расходов на обучение своих сотрудников. Однако развитие цифрового мира, почти два года дистанционной работы в связи с пандемией COVID-19, приход на работу сотрудников поколения Y (миллениалов) и Z (зумеров) требуют от системы обучения персонала новых форм работы. В период VUCA и BANI мира невозможно оставлять прежние формы обучения и требовать прежних результатов. Возникла необходимость в совершенно новых концепциях и навыках цифровой грамотности у специалистов по обучению персонала, внедрения новых технологий в образовательный процесс.

Современный сервисный процесс основан на индивидуальном обслуживании, диагностике и моделировании процесса обслуживания, анализе потребностей человека в материальных и нематериальных объектах и услугах. В борьбе за потребителя сервисным организациям в первую очередь необходим компетентный и психологически обученный персонал, способный организовать сервисную деятельность и обеспечить своевременное, комфортное и безопасное обслуживание клиентов, а также учитывать психологические факторы сервисного процесса, психологию моды, психологию влияния рекламы и другие факторы. Необходимо помнить, что качество работы важно не только для клиентов, но и для сотрудников всей компании.

Работа в сфере услуг оказывает существенное влияние на экономическую деятельность предприятия: как правило, затраты на привлечение нового клиента выше, чем затраты на повышение доверия постоянного. Сервис — это то, что повышает ценность компании в глазах покупателя, поэтому изменения в качестве услуг вызывают изменения в количестве корпоративных клиентов и их настроении.

Проанализировав характеристики понятий «сервис» и «предприятие», сформулируем следующее определение сервисного предприятия, которое формирует полное представление о данном типе предприятий для дальнейшего изучения темы и учета их особенностей.

Сервисное предприятие — это самостоятельный хозяйственный субъект, созданный в порядке, установленном законом для производства продукции и/или оказания услуг в целях удовлетворения индивидуальных и коллективных потребностей с учетом психологических факторов процесса обслуживания и получения прибыли, используя целенаправленные, технологично выверенные процессы

обслуживания, базирующиеся на профессиональной подготовке персонала, предпринимательском расчете менеджмента и в целом высокой степени эффективности.

Не случайно, уже в самом **определении сервисного предприятия** упоминается подготовка и обучение персонала, так как индустрия сервиса уникальна тем, что служащие составляют часть продукта (услуги). Персонал не может остаться в стороне от предоставляемого продукта, клиента, чтобы покупка произошла, он принимает непосредственное участие. Только обладая сервисными навыками, знанием особенностей продукта или услуги и позитивным эмоциональным состоянием сотрудник сможет качественно их обслужить. Именно для этого в компаниях существует не только философия «компания-покупатель», но и «компания-персонал», которая включает в себя внутренний маркетинг и обучение персонала.

Изучив различные характеристики понятия «обучения персонала» и постулаты такого обучения на любом типе предприятия, выведем следующие особенности обучения персонала сервисного предприятия:

- фокус обучения находится не столько на функционале позиций, сколько на человеке, который находится на данной позиции;
- преимущественно необходимо обучение процессам обслуживания, коммуникациям, взаимодействию с клиентами;
- большой акцент на развитие личностных навыков, применяя современные методы и подходы в образовании;
- постоянная поддержка сотрудников в психологическом и эмоциональном плане;
- взаимное желание развиваться и доверие друг к другу между сотрудниками и специалистом по обучению.

На бытовом уровне каждый человек, будучи клиентом, предпочитает проверенные сервисные места, которые работают быстро и без нареканий. Порой не цена является определяющим фактором при выборе места, где вы будете заказывать еду или ремонт. Клиент выбирает то место, где он и его потребности будут иметь ценность, где он будет окружен заботой. Такую заботу и положительный настрой смогут дать лишь настоящие специалисты своего дела, которые профессионально обучены.

Обучение персонала может быть реактивным, т.е. направленным на решение уже существующих или систематически возникающих проблем в работе компании, либо проактивным, или имеющим целью предотвратить ожидаемые трудности, например, при внедрении изменений [1]. Существуют

различные методы обучения персонала организации. Под методом обучения будем понимать способ управленческого воздействия на работников, применяемый организацией для формирования у них необходимых профессиональных компетенций [2]. Методы обучения персонала могут быть реализованы на рабочем месте обучаемого сотрудника (внутри организации), либо вне его (за пределами компании, например, в специализированных учебных заведениях). Различаются также обучения по удалённости сотрудника от специалиста по обучению: онлайн и офлайн формат.

Среди достоинств и недостатков форматов, нет очевидного варианта, при каком формате эффективность и результативность сотрудников будет выше и какой из вариантов будет максимально безболезненный для всех субъектов обучения. В развитии корпоративного обучения, должно появиться что-то иное, но основывающееся на уже проверенных формах.

Не секрет, что междисциплинарный подход уже давно признан не только в научных исследованиях, но и в бизнес-процессах. Междисциплинарный подход — это множественный и параллельный подход к одной и той же проблеме, где каждая дисциплина предлагает решение в соответствии со своей собственной научной логикой, которая затем интегрируется в глобальный ответ [3]. В корпоративном обучении, междисциплинарность проявляется в смешанных (гибридных) форматах обучения персонала.

Благодаря смешанному формату обучение проходит без перегрузок и стрессов, а полученные знания закрепляются на практике, так как люди учатся без отрыва от работы. Главное преимущество гибридных программ — их гибкость и адаптивность. Именно эти характеристики помогают сохранять эффективность в мире, где все меняется слишком быстро.

Говоря о подаче материала, представителям поколения Z проще, когда материал разбит на маленькие порции: вместо одного продолжительного тренинга несколько маленьких «видеосюжетов». Сюда на помощь приходит следующий тренд и необходимость — **микрообучение**: видео, подкаст или статья, на которую не придется тратить больше 5–10 минут.

Каждый метод обучения направлен на развитие тех или иных основных или специфических знаний, умений и навыков обучаемых. Кроме того, существует возможность комбинирования двух и более методов для получения необходимого эффекта. Определяющим фактором выбора тех или иных обучающих методик является желаемая конечная цель

обучения, определяемая кадровой политикой организации, направленной на поддержание ее функционирования и развития.

Помимо собственных выверенных процессов обслуживания и стандартов работы с гостями, сервисные компании должны обучать своих сотрудников навыкам, которые влияют на их эмоциональное поведение, такие как эмоциональный интеллект, стрессоустойчивость и проактивность, а перед этим потратить время на проработку их собственных барьеров, мешающих полному раскрепощению во взаимодействии с клиентами.

Невозможно подобрать полностью подготовленного специалиста для конкретного предприятия, за каждым стоит многолетний прожитый опыт, который накладывается в работе, как и невозможно полностью обучить всему тому, что работодатель представляет об идеальном сотруднике или организации. Только лишь путем взаимовыгодных действий, компромиссов и сотрудничества выстраивается слаженная работа и идёт рост компании на рынке. Данное желание сотрудников — идти к сотрудничеству — положительно будет отражаться и на работе с клиентами, ведь работа с клиентами — это постоянные переговоры и эффективные коммуникации. Со стороны же работодателей — ключевым фактором является подобрать такое обучение, которое максимально замотивирует и даст эффект для предприятия, что невозможно сделать без инноваций и без погружения в сервисный процесс в ходе обучения.

В педагогике подробное описание «погружения» дано Р. М. Грановской. Под «погружением» она понимает «активный метод обучения с элементами релаксации, внушения и игры», Р. М. Грановская отмечает, что в отличие от других методов обучения, в основном опирающихся на убеждение, «метод погружения в значительной мере опирается на внушение». Результатом внушения является необычайно высокая концентрация внимания и усиление (раскрепощение) творческих способностей. «Метод погружения опирается на три принципа: удовольствие и релаксацию на занятиях, единство сознательного и подсознательного, двустороннюю связь в процессе обучения». Такой метод необходим для обучения персонала, так как специалист, только пришедший на работу, или эксперт, осваивающий новую компетенцию, достаточно скованы в раскрытии своих способностей и контакт с реальным потребителем на момент обучения может усугубить этот процесс. Принцип погружения в педагогику и в виртуальной реальности тесно перекликаются, а соответственно дают почву для гибридизации

(смешивания) этих форм для создания полноценного современного формата обучения персонала.

Виртуальная реальность выступает мощным средством для создания интерактивных проекций непосредственно в трехмерном виртуальном пространстве. Подключая различные рецепторы (осязательные, зрительные, обонятельные и слуховые), решения в сфере виртуальной реальности дают пользователю полное представление об окружающей среде и обеспечивают высокий уровень его вовлеченности в этот мир. В современных условиях виртуальная реальность под контролем преподавателей дает возможность создавать инновационные учебные материалы.

Сфера услуг не становится исключением и также может быть адаптирована в инновационные формы работы по обучению персонала. Опросы экспертов и работающей молодежи в сфере HoReCa г. Перми показали, что компании уже внедряют современные и цифровые форматы работы в обучении, а также заинтересованы в расширении этих форм: одна из — технология виртуальной реальности.

Для выявления потребностей и заинтересованности в образовательных услугах с использованием виртуальной реальности были проведены два опроса. Первый был направлен на экспертов сферы HoReCa (hotel/отель), restaurant (ресторан), cafe/catering (кафе/кейтеринг). Целью опроса было получение информации о том, как происходит обучение персонала на их предприятиях и готовности пользоваться образовательными услугами с виртуальной реальностью.

Среди опрашиваемых были эксперты гостиничного бизнеса, горнолыжных курортов, кофеен и кондитерских (7 экспертов). Опрос показал, что 100 % опрашиваемых предприятий проводят обучения персонала. Частота обучений варьируется в зависимости от предприятия: розничная продажа кондитерских услуг проводит обучения реже одного раза в год, в то время как сфера гостеприимства проводит обучение регулярно, ежемесячно. При этом 100 % опрашиваемых отметили, что учения проводятся на рабочих местах. 66 % предприятий используют в своих обучении современные форматы работы, такие как образовательные онлайн-платформы, цифровые форматы передачи информации (презентации, видео), сервисы для созданий видеоконференций (zoom, WebEx). Все респонденты указали, что метод погружения, практическая отработка навыков во время обучения благоприятно влияет

на эффективность обучения и результаты сотрудников. Также опрос показал, что работодатели в большей степени заинтересованы в обучение своих сотрудников через технологию виртуальной реальности. Исключением является необходимость при обучении работать с реальным сырьем, в таком случае даже полное погружение в трехмерную реальность не всегда эффективно для специалиста. Однако они согласны с тем, что универсальные навыки, такие как стрессоустойчивость, конфликтология, сервисное общение могут быть продемонстрированы в очках и шлемах виртуальной реальности.

Второй опрос был направлен на работающую молодежь в сфере HoReCa. Цель опроса — выявить заинтересованность в услугах образовательного центра с услугами виртуального обучения, как в потребителях таких услуг. Опросив 102 участника из разных сервисных предприятий г. Перми, мы выяснили, что у 90 % сотрудников были проведены обучения персонала. Частота обучения разделилась на несколько частей: 32 % ответили, что обучения проходят 3–4 раза в год, у 22 % сотрудников они проходят ежемесячно, 16 %, что составляет довольно большой процесс, обучения проходят только при устройстве на работу, оставшиеся 30 % процентов разделились на нечастые ответы: 2 раза в год, по мере необходимости, 2 раза в месяц и т.д. Опрашиваемые сотрудники разделились в ответах на вопрос о формате обучения: в равных долях по 32 процента респонденты ответили, что обучения проходят как в онлайн-формате, так и офлайн на рабочем месте. Вторым по популярности оказался ответ — самостоятельное изучение материала сотрудниками — 16 %, а также 10 % процентов ответили, что обучения, как правило, проходят в формате выездного интенсива. 53 % работающей молодежи ответили, что в их обучении используются современные форматы работы (модульное обучение, система наставничества, брейнштурмы, тренинги), в то время как 47 %, что составляет почти половину ответов, отметили их отсутствие. Работающая молодежь согласна и с тем, что практика, моделирование реальных ситуаций и погружение в них эффективно влияют на результат их работы. 79 % хотели бы пройти обучение в рамках своего предприятия с применением технологий виртуальной реальности. Большая часть респондентов отметила, что это должен быть выездной корпоративный интенсив не более 3–4 часов в день с реальными практико-применимыми кейсами, которые можно изучить до полной готовности сотрудников к работе.

Исходя из итогов двух опросов, делаем следующие выводы:

- тема обучения персонала актуальна для работодателей и сотрудников сферы HoReCa;
- чем прогрессивнее предприятие и чаще обновляет свой продукт, тем чаще происходит обучение персонала;
- сотрудники контактной зоны проходят обучение чаще людей на производстве;
- наиболее популярный формат обучения — онлайн, индивидуальный у каждого сотрудника и на рабочем месте офлайн, вероятно, это связано с небольшим количеством штата сотрудников и невозможностью оторвать работников от выполнения трудовых задач во время обучения;
- работодатели в меньшей степени готовы выделять время и бюджет на обучение своих сотрудников, чем того желают сами сотрудники;
- около 70 % опрошенных работодателей и сотрудников хотели бы использовать технологию виртуальной реальности в программах обучения;
- желаемый продукт для образовательного центра — программы, кейс-истории, направленные на решение конкретных задач в работе с моментальной проверкой.

Проанализировав опросы работодателей сервисной сферы и их сотрудников, мы выявили, что запрос на вид образовательной услуги с использованием виртуальных технологий существует, у работодателей есть конкретные предложения и по наполнению

содержания такого обучения. Работающая молодёжь сферы HoReCa (как большой % занятых в этой сфере, а также потенциальное будущее поколение сотрудников на рабочие места) также считают, что внедрение новых современных технологий усилит результат обучения и они будут готовы тратить время на такой формат образования.

Лузина Елена Геннадьевна,

магистрант кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
miss.luz@yandex.ru

Шарифулин Сергей Ринатович,

старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
58mapord@mail.ru

Библиографический список

1. Максимова А.И. Геймификация в современном образовании на примере платформы Moodle / А. И. Максимова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 23 (365). — С. 322–324. — URL: <https://moluch.ru/archive/365/82090/> (дата обращения: 17.11.2022).
2. Управление персоналом: учебник. Изд. 2-е, доп. и перераб. / Под общ. ред. А.И. Турчинова. М.: Изд-во РАГС, 2008. 608 с.
3. Encyclopedia of Applied Psychology: encyclopedia. Academic Press; 1 edition.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

А. С. Лучников, И. С. Рудакова

УДК 912.43:796.5

Пермский государственный национальный исследовательский университет

КАРТОГРАФИЧЕСКАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ
ТУРИСТСКИХ ОБЪЕКТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ
РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
МАЛОГО ГОРОДА (на примере Чусового)

В статье раскрывается представление о том, что одним из важных направлений решения проблем социально-экономического развития малых городов России является активная реализация их туристско-рекреационного потенциала. Во многом это относится и к городу Чусовому, который на протяжении всей своей истории был более известен как индустриальный и транспортный центр. В последние годы в Чусовом, в рамках диверсификации экономики и улучшения качества городской среды, реализуются различные проекты, в т.ч. направленные на развитие туризма и совершенствование рекреационной инфраструктуры города. Однако такая работа должна сопровождаться информационным обеспечением, в т.ч. созданием путеводителей, картографических материалов. Авторами предлагается собственная карта туристских дестинаций г. Чусового, которую можно использовать как для целей управления, так и оптимизации традиционных городских или создания новых маршрутов. Она включает 53 объекта, разделенных на 7 категорий: «парки и скверы», «спортивные объекты», «памятники и малые архитектурные формы», «церкви», «музейные объекты и комплексы», «смотровые площадки», «пляжи». Также характеризуются мини-ареалы, образующиеся вокруг важных городских дестинаций; указывается их современное туристско-рекреационное назначение, предлагаются направления перспективного развития.

Ключевые слова: *малый город, постиндустриальная экономика, городской туризм, Чусовой, туристская карта, туристская дестинация, городские туристские мини-ареалы.*

A. S. Luchnikov, I. S. Rudakova

Perm State University

CARTOGRAPHIC VISUALIZATION OF TOURIST OBJECTS AS A TOOL OF DEVELOPMENT OF SMALL CITIES' TOURIST POTENTIAL (ON THE EXAMPLE OF CHUSOVVOY)

The article reveals the idea that one of the important directions for solving the problems of small towns' socio-economic development in Russia is the activation of the realization of their tourist and recreational potential. In many ways, this also applies to the town of Chusovoy, which throughout its history was better known as an industrial and transport center. In recent years, in Chusovoy, as part of the diversification of the economy and improving the quality of the urban environment, various projects have been implemented, incl. aimed at developing tourism and improving the recreational infrastructure of it. However, such work should be accompanied by information support, incl. creation of guides, cartographic materials. The authors propose their own map of the tourist destinations of Chusovoy, which can be used both for management purposes and for optimizing traditional urban or creating new routes. It includes 53 objects divided into 7 categories: «parks and squares», «sports facilities», «monuments and small architectural forms», «churches», «museum objects and complexes», «observation platforms», «beaches». The mini-areas that form around important urban destinations are also characterized; their current tourist and recreational purpose is indicated, directions for future development are proposed.

Keywords: *small town, post-industrialization, urban tourism, Chusovoy, tourist map, tourist destination, urban tourist mini-areas.*

Малые города, под которыми понимаются городские населенные пункты с численностью населения менее 50 тыс. чел., — одна из основных категорий поселений России. При этом в их число не входят поселки городского типа (рабочие поселки). Общее их число — более 790, т.е. более двух третей от всего количества городов страны. В то же не они, а крупнейшие центры и города-миллионеры, формирующие вокруг себя городские агломерации, рассматриваются в качестве основных ареалов экономического и социального роста современной России. Более того, в обществе на уровне обсуждений борются две противоположные точки зрения. С одной стороны, в посланиях Президента Федеральному Собранию РФ постоянно звучат призывы к активизации решения проблем небольших поселений. С другой стороны, управленцы-практики и даже их жители считают подобные населенные пункты неперспективными, финансово затратными, не могущими обеспечить достаточный уровень жизни и комфорт проживания населения [5, с. 155–157].

Несомненно, будущее развитие малых городов должно носить комплексный характер. В совокупности должны решаться вопросы и социально-демографического, и культурно-духовного, и экологического, и экономического развития. Объединяющими направлениями трансформации должно быть принятие позитивных решений в области территориального планирования, повышения качества городской среды, брендинга малых городов, изменения приоритетов в функциях, выполняемых городами.

Проблема малых городов характерна и для Пермского края, в котором официально существуют 18 городов с населением менее 50 тыс. чел, в т.ч. пять с населением менее 10 тыс. чел. Они еще называются мельчайшими. Самое крупное их скопление характерно для Горнозаводского Прикамья, небольшого ареала на востоке Пермского края с чертами старопромышленного микрорегиона. Среди них выделяется Чусовой, который еще в середине 2000-х гг. относился к числу средних городов, но позднее в результате негативных социально-экономических процессов потерял этот статус.

В настоящее время г. Чусовой от Минэкономразвития России имеет официальное звание монопрофильного поселением с наиболее сложной социально-экономической ситуацией. В рамках частичного решения задач перспективного развития в 2017 г. он получил статус территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР). После чего произошла заметная активизация

усилий местных властей и общественных организаций по поиску возможностей для решения проблем малых городов. Она совпала с относительной стабилизацией финансово-экономической ситуации на градообразующем предприятии — АО «Чусовской металлургический завод». За последние пять лет было создано несколько документов территориального планирования, в которых для Чусового была выбрана основная цель стратегии социально-экономического развития. Так, в новом Генеральном плане Чусовского городского округа (2021 г.) [4] она звучит как формирование центра неиндустриального и постиндустриального развития. Подобная идея заложена и в Концепцию пространственного развития Горнозаводской агломерации (конурбации) до 2040 г., создание которой было одобрено на заседании ассоциации муниципальных образований Пермского края «Союз» в 2018 г. [3]. Данные документы согласуются с концепцией новой индустриальной политики (индустриализации 2.0), разработанной представителями уральской школы региональной экономики под руководством профессора Е.Г. Анимиды (г. Екатеринбург) [11–12]. Она подразумевает:

- сохранение традиционной специализации экономики, но ее трансформацию на основе товарных, технологических и организационных инноваций;
- формирование новых (современных) производств для диверсификации хозяйства, в т.ч. за счет местного предпринимательства;
- развитие отраслей креативной экономики (культура, туризм, спорт, др.) в рамках постиндустриализации.

Все эти направления связаны с появлением новых туристско-рекреационных объектов и событий, обоснованием туризма как одного из важных (но не определяющих) видов экономической деятельности, способных расширить занятость населения, увеличить роль малого бизнеса, облагородить городскую среду. Наши предыдущие исследования показали, что уже в настоящее время Чусовской городской округ и собственно город Чусовой стал одним из важных ареалов туристско-рекреационной активности Пермского края [6–7; 10]. Если в предыдущие десятилетия, в основном, это касалось развития природно-ориентированных видов туризма (речные сплавы, спелеологические и пешие походы), а также отдельных историко-культурных объектов за пределами города (дер. Кучино, с. Успенка, пос. Верхнечусовские Городки), то в последние годы именно Чусовой становится важной туристской дестинацией. Среди важнейших направлений развития туризма в городе можно назвать

спортивный, горнолыжный, историко-познавательный, литературный, фестиваль и промышленный виды.

Согласно концепции территориальной туристско-рекреационной системы среди важнейших составляющих, необходимых для развития данного вида деятельности, можно назвать туристские ресурсы, инфраструктурные объекты, организации, создающие туристские потоки и туристские продукты, регулирующие органы и др. В то же время мы должны отметить, что повышение туристской привлекательности любой территории также невозможно без маркетинговых и брендинговых технологий, создания разнообразных информационных способов позитивного обсуждения объектов и ареалов. На наш взгляд, одним из них является создание разнообразных картографических материалов, позволяющих с максимальной степенью комфорта и информационной полнотой оценить доступность и посещения тех или иных объектов, составления туристских маршрутов, проведения тематических экскурсий.

До недавнего времени о г. Чусовом не было соответствующих изданий¹, рассказывающих об основных привлекательных объектах, городских экскурсиях, и включающих туристские карты (схемы) города. Только туристские путеводители по краю частично «закрывали» эту проблему. В 2009 г. в издательстве «Маматов» был выпущен путеводитель «Чусовой» [13]. Однако к настоящему времени, на наш взгляд, он фактологически устарел. К тому же подробной туристской схемы в нем не было. Среди причин сложившейся ситуации мы можем назвать следующие:

1) невысокий уровень развития туристской активности и туристской инфраструктуры в городе-заводе Чусовой в прошлом; слабая заинтересованность в развитии туризма со стороны властей и населения;

2) относительная разобщенность городского пространства, слабая связанность новой и старой частей Чусового; их «интерьерная» и имиджевая непохожесть;

3) до недавнего времени — отсутствие ярких туристских дестинаций в старой и новой частях города, малое количество объектов для посещения и рекреации жителями и гостями. Особый диссонанс создавало историческое ядро города — территория вокруг АО «ЧМЗ». Например, выходя из автобуса на автостанции «Чусовой», нам открывался вид на заводскую площадку (вернее, проходные и высокий забор) и памятник металлургам, местный мини-рынок, дороги с неусовершенствованным покрытием, ветхие или неотрмонтированные здания и прочие

атрибуты малокомфортной городской среды. Находясь в этой части Чусового нельзя было понять, что находишься в месте его «рождения». В то же время старейшие туристско-рекреационные объекты, бывшие туристско-привлекательными с 1990-х гг., всегда находились на городской периферии (горнолыжный комплекс «Такман», Этнографический парк истории р. Чусовой, дом-музей В. П. Астафьева) и до недавнего времени не были вписаны в туристскую сеть самого города;

4) отсутствие тематических туристских маршрутов по городской территории, которые могли бы соединить пространство Чусового как единой привлекательной туристской дестинации.

Ситуация стала меняться относительно недавно. В 2012 г. была установлена ротонда «Ворота во Францию» в новой части города, открывшая ряд мероприятий по обновлению городского интерьера и облагораживанию пространства. В 2013 г. установлен самый молодой в России памятник атаману Ермаку, облагорожен сквер Памяти. В 2015 г. Чусовой стал одним из победителей регионального конкурса «Территория культуры Пермского края». Благодаря реализации программы «ЧусовАЯ. Коды доступа» появился первый экскурсионный маршрут по городу «Астафьевская линия», соединяющий 12 мест из жизни выдающегося отечественного прозаика В. П. Астафьева; открыт единственный в России музей тылового госпиталя (филиал Чусовского краеведческого музея). В этом же году состоялся первый экстрим-фестиваль лыжников-фристайлистов «Смотрины на Красной горке», получивший поддержку Фонда грантов Президента РФ. Большое значение имеет осознание важности поддержки туристских инициатив градообразующим предприятием. В 2017 г. в рамках конкурса социальных и благотворительных проектов «ОМК — Партнерство» был создан необычный экскурсионный маршрут — «Городские легенды», впервые объединивший объекты на обоих берегах Чусовой. Он построен на основе городской мифологии и рассказывает о необычных событиях и людях из истории Чусового.

В 2020 г. город второй раз стал победителем конкурса «Территория культуры Пермского края» с программой «Чусовой. Живое сердце

¹ Намного большей популярностью пользовалась р. Чусовая, остающаяся одной из самых сплавных рек Урала. Подробные маршруты со схемами водных путешествий были опубликованы в таких изданиях, как «Река Чусовая: путеводитель» (автор — Ф. П. Опарин, Свердловск, 1936); «По голубым дорогам Прикамья» (автор — С. А. Торопов, Пермь, 1978, 2001); «Путеводитель-лоция. Река Чусовая» (Екатеринбург, 2010); «Река Чусовая. Путеводитель от Коуровки до города Чусового» (автор — П. Распопов, М., 2017) и др.

города» [14]. Ее основная идея — модернизация главной магистрали («сердца») Старого города — ул. Ленина в рамках проекта реконструкции «Чусовские атланты». К настоящему времени уже выполнен большой объем работы по ремонту внешнего вида жилых и общественных зданий вдоль улицы, организации новых общественных пространств, появлению зон граффити, облагораживанию газонов и пешеходных зон. К сожалению, из-за covid-пандемии большая часть культурных мероприятий программы, запланированных на лето и осень 2020 г., не была выполнена.

Информационная составляющая туристской привлекательности города реализуется с помощью официальных сайтов туристических порталов Пермского края (<http://visitperm.ru/>) и города (<https://visitchusovoy.ru/>). Можно говорить и о других событиях, которые способствуют появлению туристской сети внутри города и связывают его отдельные интересные объекты в единое целое.

Описанные выше изменения, на наш взгляд, требуют адекватного картографического отображения и фиксации новых туристских точек на карте города, в т.ч. создания специальной полиграфической продукции для гостей Чусового. В 2021 г. благодаря сотрудникам Туристического информационного центра (ТИЦ) города такая схема города появилась как буклет-складка под названием «Чусовой — территория гостеприимства»². Она включает нарисованную карту города с указанием достопримечательностей и кафе, а также их краткое описание и адрес. Удачным можно назвать дизайнерское оформление буклета, а также сочетания цветов, указание уличной сети города и направлений движения к наиболее важным локальным дестинациям. Неудачными, на наш взгляд, является использование текстовых шрифтов, а также отсутствие на схеме отдельных важных туристско-рекреационных объектов. В то же время, это первый подобный опыт для туристской общественности города и его следует признать полезным.

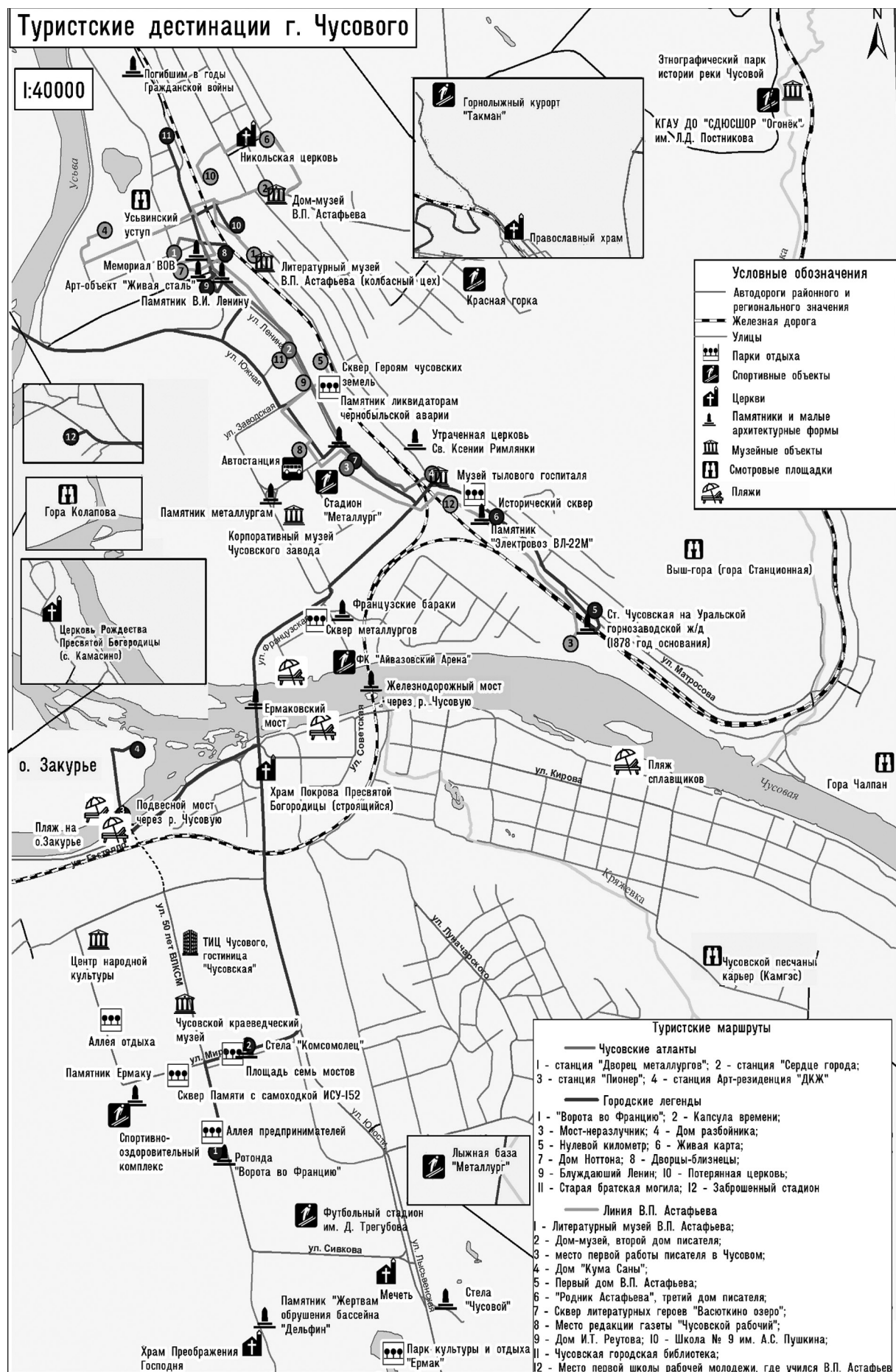
С другой стороны, следует искать новые варианты картографических обоснований туристско-рекреационной деятельности в Чусовом, которые могут быть использованы как для публикации полиграфических изданий, так и создания электронных карт и схем. С этой целью авторами с помощью программы ArcGIS была выполнена карта «Туристские дестинации г. Чусового» (рис.). Основой послужили открытые данные картографического сервиса «Яндекс». Шейп-файлы были взяты с геопортала NextGIS. Координаты объектов найдены методом поисковых запросов. Составленный список координат был конвертирован в слой

точек. Далее каждой точке был присвоен соответствующий символ. Часть символов были соединены путями следования туристских маршрутов. В завершении была создана компоновка карты.

Всего на ней немасштабными знаками отображено 53 туристских и рекреационных объекта, которые могут быть отнесены к категориям историко-культурных, культурно-ландшафтных, спортивно-туристских ресурсов. Среди них — 5 смотровых площадок, 6 облагороженных скверов и парков, 8 спортивных сооружений, 18 городских памятников и малых архитектурных форм, в т.ч. 3 моста, 7 музейных учреждений и комплексов, 6 религиозных зданий (церкви и мечеть), 3 пляжа. Актуальность помещения на схему каждой из категорий не вызывает сомнений. Кроме того, на карту нанесены автостанция и ж/д станция Чусовская, ТИЦ города, расположенный в гостинице «Чусовская», уличная сеть; выделены основные транспортные магистрали (автодороги и Уральская горнозаводская железная дорога), показывающие путь до удаленных точек. Особую значимость имеет размещение маршрутов, указанных выше городских экскурсий. Включенные в них точки осмотра в некоторых случаях совпадают с отдельно отмеченными на карте объектами. Использование линейных объектов позволило соединить точечные объекты, придать масштаб городской сети туристско привлекательных объектов, сделать ее более «наполненной», показать направления возможных передвижений туристических групп.

Также нами было принято решение отдельно обозначить линию реализуемого проекта «Чусовские атланты», так как после его завершения ул. Ленина станет важнейшим местом притяжения для населения и гостей города. Уже сегодня в ее пределах оформляются 4 общественные городские локации: площадь «Сердце города» (около здания городской администрации); станция активного отдыха «Пионеров» (пересечение ул. Ленина и Свердлова); арт-резиденция ДКЖ; культурная станция «Дворец металлургов» (совр. — МАУ «Культурно-деловой центр»). Они активно встраиваются в «ткань» городской жизни, наполняются новыми смыслами и функциями. Так, на площади «Сердце города» построена удобная высокая площадка для отдыха горожан и гостей, с которой открывается вид на площадку АО «Чусовской металлургический

² В 2022 г. выпущен второй буклет, отражающий возможные маршруты по территории Чусовского городского округа. URL: https://vk.com/visitchusovoy?w=wall-182878859_2951 (дата обращения: 13.11.2022).



завод». Здесь же находится новый выставочный центр «Инфостайка». Станция Пионеров организуется около исторического здания — дома управляющего Чусовским заводом Ж. Ж. Ноттона. В советское время здесь работал дом пионеров (отсюда название). Сегодня рядом на пространстве между ТЦ «Пионер» и стадионом «Металлург» организован мини-экстрим-парк со специальными дорожками для катания на скейтбордах и велосипедах. ДК железнодорожников давно стал центром притяжения различных социально-культурных мероприятий города, реализации молодежных проектов, квест-игр для школьников, организации выставок и пр. [2]. Здесь расположен музей тылового госпиталя, филиал Чусовского краеведческого музея. Отдельные рекреационные объекты появляются и между запланированными станциями — как, например, сквер Героям чусовских земель.

В результате проведенной поисковой работы туристская сеть г. Чусового не кажется такой же пустой и разрозненной, как это было ранее. В ее составе можно выделить шесть мини-ареалов, образованных скоплением показанных объектов:

а) в районе Ариной горы, где расположены спортивная школа олимпийского резерва «Огонёк» имени Л. Д. Постникова, а также этнографический парк истории реки Чусовая. Несмотря на 2 представленных в мини-ареале объекта, концентрация в пределах парка, созданного как причусовское село конца XIX в., отдельных строений и зданий, позволяет находиться здесь более 2 часов (как зимой, так и летом). Среди направлений развития туризма — историко-познавательный, событийный (спортивные фестивали и соревнования, арт-мероприятия, пленэры), образовательный. Развитие мини-ареала может быть связано с насыщением этнографического парка новыми объектами, раскрывающими историческую значимость причусовских земель, или объектами индустрии гостеприимства. Возможным является появление экологических троп, например, вдоль р. Архиповки. Важным считаем улучшение транспортной доступности ареала через благоустройство дорожного полотна по направлению к нему со стороны автодороги Кунгур – Чусовой – Соликамск;

б) вокруг Культурно-делового центра на ул. Ленина, где объекты прошлого сочетаются с объектами современности. Район Большой горки — одно из исторических мест в Чусовом, осваиваемое людьми с начала XX в. Сегодня его архитектурной доминантой является ДК металлургов, построенный в 1960-е гг. Рядом с ним располагаются мемориалы,

посвященные жителям Чусового — участникам Великой Отечественной войны и погибшим в годы Гражданской войны, а также знаменитый «блуждающий» памятник В. И. Ленину. Установленный в 2022 г. арт-объект «Живая сталь» должен напоминать о связи города и завода, а также о том, что КДЦ ранее был ДК металлургов. Рядом с центром проходит Астафьевская линия, а литературный музей В. П. Астафьева (т.н. «колбасный цех») располагается двумя кварталами выше, по ул. Фрунзе. Недалеко отсюда и до Усвинского уступа, одной из смотровых площадок города. Среди направлений развития туризма — историко-познавательный, литературный, мемориальный, событийный (литературные фестивали и выставки, летние книжные ярмарки, мастер-классы). Развитие мини-ареала мы связываем с его расширением вдоль ул. Ленина в сторону площади «Сердце города». Здесь возможна организация новых туристских маршрутов, в т.ч. раскрывающих красоту «чусовских атлантов» — жилых домов и общественных зданий, построенных в 1930–60-е гг. в стилях конструктивизма и сталинского ампира [9]. Возможно включение в новые маршруты и территории, прилегающей к бывшему гастроному «Заря» (ул. Ленина, 16), где до 1920-х гг. располагалась Базарная площадь, сосредотачивавшая городскую жизнь, и различные торговые лавки. Вдоль всего маршрута желательно установить туристические таблички, рассказывающие о зданиях и событиях прошлого и настоящего;

в) в районе площади Чусовского завода. Мини-ареал расположен в «сердце» Старого города — около проходных завода-родителя Чусового. Он включает в себя заводскую площадку, где реализуются технологии промышленного туризма, памятник металлургам, стадион «Металлург» и станцию Пионеров с домом французского управляющего Ж. Ж. Ноттона. Среди направлений развития городского туризма и рекреации — промышленное, историко-познавательное, активный отдых, событийный туризм. Развитие мини-ареала может быть связано с его расширением в сторону сквера «Аллея металлургов», т.н. «французских домов» и ж/д моста через Чусовую. На наш взгляд, историческая память о французском вкладе в строительство и развитие г. Чусового должна выйти за пределы корпоративного музея ЧМЗ и стать достоянием общественности. Где это еще делать, если не в Старом городе? Пока еще не поздно, необходимо сохранить оставшиеся дома французских служащих, расположенных на ул. Челюскинцев. Одного лишь появления названия «Улица Французская» на карте города для этого недостаточно;

г) в микрорайоне Железнодорожный, вдоль ул. Матросова (от арт-резиденции «ДКЖ» до вокзала ж/д станции Чусовская). Сердцем этой территории является Исторический сквер, основанный в 1998 г. в честь 120-летия со дня прохождения первого паровоза по Уральско-Горнозаводской железной дороге. Станция Чусовская — еще один «мотор» жизни в городе: если бы не было дороги, не было бы и завода, необеспеченного собственным металлургическим сырьем. Она и сегодня остается вторым по значимости градообразующим предприятием. Основные виды туризма и отдыха, реализуемого в этом мини-ареале, — историко-познавательный, событийный (благодаря арт-резиденции), экологический, активный отдых на природе. Два последних связаны с расположенной на Выш-горе смотровой площадкой «Гора Станционная». В последние годы она становится наиболее привлекательным местом обзора городской панорамы и долины р. Чусовой, а поэтому обустроивается за счет мест для сидения, организации пикников. В 2021 г. АНО «Экотур» создан авторский проект экологического и пешеходного туризма «Поход на Выш-гору» [1]. Развитие мини-ареала логично было бы выстраивать за счет развития промышленного туризма — безопасного посещения ж/д станции Чусовская школьными и взрослыми группами, возможного катания на специальной ж/д технике, создания музея Уральско-Горнозаводской железной дороги;

д) в зоне соприкосновения границ микрорайонов «А», «Б» и «УЗ» Нового города. В последнее десятилетие количество объектов туристско-рекреационной инфраструктуры здесь значительно выросло. Они насыщают эту часть Чусового новыми смыслами, связывая прошлое и настоящее. Особенно привлекательным в этом отношении выглядит дальнейшее развитие бренда «Ермак». Жители России, наконец, должны узнать, что создание современного российского государства началось с организации на чусовских землях Строгановыми и атаманом Ермаком похода в Сибирь. Кроме того, весьма привлекательным видится обустройство дорог, газонов и пешеходных зон, появление аллеи предпринимателей, имеющих имиджевую составляющую для жителей микрорайонов с обычными советскими пятиэтажками. Теперь не выглядит одиноким Чусовский краеведческий музей, расположенный здесь же. Компактность микрорайонов и высокая пешеходная доступность позволяет связать все туристско-рекреационные объекты Нового города едиными маршрутами, а также иметь 10-минутный выход от здания ТИЦ Чусового на ул. Гастелло, подвесной мост

и пляж на острове Закурье. Среди направлений развития туризма и отдыха — историко-культурное, мемориальное, событийное (мастер-классы в Центре народных промыслов, праздники в краеведческом музее, молодежные акции в парке Отдыха, спортивный мероприятия в СОК «Чусовой»), пляжный и семейный отдых;

е) еще один мини-ареал складывается вокруг Парка культуры и отдыха «Ермак». Помимо аттракционов, кафе, катка, зеленых лужаек и пруда с причалом для катамаранов, где можно организовать приятный отдых с друзьями или семьей, он также становится местом проведения городских праздников, молодежных акций, спортивных мероприятий на воркаут-площадке, организации экологических образовательных экскурсий, мероприятий научного туризма (благодаря исследованиям пруда, впадающих в него ручьев, животных, обитающих вокруг него). В настоящее время подготовлен проект по реконструкции парка [8], включая создание зон отдыха по сезонам года. Планируется строительства тюбинг-площадки, скалодрома, тропинок для скандинавской ходьбы, площадки для йоги и др. элементов. С реализацией этого плана парк культуры «Ермак» станет одним из крупнейших центров рекреации в Пермском крае. Рядом с ним располагаются два ведущих культовых сооружения Чусового — городская мечеть и храм Преображения Господня, а также лыжная база «Металлург», на которой проводятся региональные и всероссийские соревнования. Так, в декабре 2022 г. на базе был проведен III этап Кубка России по лыжным гонкам на призы Олимпийского чемпиона М. Т. Девятьярова, уроженца Чусового, — одно из главных событий в календаре Федерации лыжного спорта России в сезоне 2022/23 года.

Таким образом, полученный итоговый материал имеет важное практическое значение. Он может быть использован:

1) для размещения в официальных городских путеводителях, интернет-ресурсах и на официальных страницах органов власти, бизнес-сообщества, турфирм Чусового в социальных сетях;

2) для проведения организованных городских экскурсий и планирования отдельными группами самостоятельного посещения города;

3) в документах территориального планирования для принятия пространственных решений;

4) для написания проектов общественными организациями города или отдельными гражданами с целью участия в различных конкурсах грантовой поддержки;

5) для активизации работы по формированию туристского имиджа города и создания туристских брендов со стороны административных органов.

В то же время мы видим несколько вариантов продолжения работы в рамках данного темы. Первый из них касается выявления иных объектов, потенциально туристско привлекательных для размещения на карте, и обоснования их значимости, а также отображения на ней важных объектов туристской инфраструктуры (места коллективного размещения, общественного питания, точки доступа Wi-Fi, салоны связи и пр.). Кроме того, возможен вариант разработки карты-путеводителя, которая будет содержать не только собственно картографическую информацию, но и краткие сведения и изображения основных объектов. Третий вариант — это включение собранной информации в специальные цифровые продукты (мобильные путеводители TopTripTip и др.) или разработка собственного туристского приложения.

Лучников Андрей Сергеевич,

магистр географии, старший преподаватель кафедры социально-экономической географии, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
aluchnikov@yandex.ru

Рудакова Ирина Сергеевна,

магистр географии, учитель географии, МАОУ «Средняя общеобразовательная школа №3» г. Перми;
rrudakova.irina@yandex.ru

Библиографический список:

1. Авторский тур «Поход на Выш-гору» / Официальная страница АНО «Экотур» в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://vk.com/market-125626833?w=product-125626833_9265271%2Fquery (дата обращения: 13.11.2022).
2. Арт-резиденция «ДКЖ». Официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://vk.com/art_residence_dkzh (дата обращения: 13.11.2022).
3. Блусь П.И., Ганин О.Б. Пространственные аспекты и предпосылки агломерирования старопромышленных

территорий Западного Урала // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2020. Т.2, №4. С. 656–677.

4. Генеральный план Чусовского городского округа (2021). Материалы / Официальный сайт администрации Чусовского городского округа. URL: <https://chusokrug.ru/deyatelnost/gradostroitelstvo-i-arkhitektura/generalnye-plany-chusovskogo-gorodskogo-okruga> (дата обращения: 13.11.2022).

5. Ланно Г.М. Города России. Взгляд географа. М.: Новый хронограф, 2012. 504 с.

6. Лучников А.С. Туризм в Горнозаводском Прикамье: роль в трансформации функций территории и проблемы развития // *География и туризм. Научный рецензируемый журнал*. Вып. 1 (3), 2019. С. 83–90.

7. Лучников А.С., Рудакова И.С. Функциональная структура старопромышленных территорий и направления ее трансформации (на примере г. Чусового) // *Проблемы региональной экологии и географии. Материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 100-летию со дня рождения конструктора М.Т. Калашникова и 100-летию со дня рождения проф. С.И. Широбокова*. Ижевск, 2019. С. 50–54.

8. Проект реконструкции парка «Ермак» в Чусовом. Материалы для заседания межведомственной комиссии Пермского края 19 мая 2022 г. / Официальный сайт администрации Чусовского городского округа. URL: <https://chusokrug.ru/upload/iblock/142/96iddjcc75bqw4o4okxabrvo0jtu133c.pdf> (дата обращения: 13.11.2022).

9. Проект «Чусовские атланты» / Официальный сайт администрации Чусовского городского округа. URL: <https://chusokrug.ru/okrug/proekt-chusovskie-atlanty> (дата обращения: 13.11.2022).

10. Рудакова И.С. Город Чусовой в территориальной общественной системе Пермского края // *Географическое изучение территориальных систем. Материалы Всерос. науч.-практ. конф. студ., асп. и молод. ученых / под ред. М.Б. Ивановой*. Пермь, 2020. С. 67–73.

11. Силин Я.П., Анимица Е.Г. Российская модель новой индустриализации: к постановке проблемы // *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2017. №5(73). С. 44–53.

12. Силин Я.П., Анимица Е.Г., Новикова Н.В. Региональное измерение новой индустриализации // *Экономика региона*. 2017. Т. 13. Вып. 3. С. 684–696.

13. Чусовой. Путеводитель: информ.-справ. изд. / сост. В.В. Филипец. СПб.: Маматов, 2009. 96 с.

14. Центр культуры // Чусовской рабочий (газ.). 2019. 19 дек. URL: https://vk.com/wall-36545521_11099 (дата обращения: 13.11.2022).

Л. В. Макарецца

УДК 379.85

Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ — ЗНАЧИМЫЕ ОБЪЕКТЫ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА

В статье рассматривается восприятие города горожанами, туристами, жителями других населённых пунктов через призму малых архитектурных форм, которые в последнее время влияют на эстетическую привлекательность современного города. Малые архитектурные формы позволяют благоустроить городскую среду, жизненное пространство. Благодаря симбиозу классики и современных технологий в архитектурном дизайне городской среды произошла трансформация малых архитектурных форм в сторону арт-объектов и хай-тек, которые призваны создать более комфортную, эстетическую среду. Малые архитектурные формы рассматриваются как объекты притяжения туристов. Приведен пример малых архитектурных форм во временном периоде: утраченных и новых арт-объектов исторического центра Саратова. При формировании кольцевого пешеходного маршрута учитывались принципы: уникальность города, ориентация на культурную, спортивную составляющие, комфортность, эстетичность. Разработанный кольцевой пешеходный маршрут, доминантами которого являются малые архитектурные формы, позволяет проследить историю города, своеобразие ландшафта, городской дизайн.

Ключевые слова: малые архитектурные формы, городское пространство, городской дизайн, хай-тек, арт объект, пешеходный маршрут.

L. V. Makartseva

Saratov State University

SMALL ARCHITECTURAL FORMS AS OBJECTS OF TOURISM (ON THE EXAMPLE OF SARATOV)

The article discusses the perception of the city by citizens, tourists, residents of other settlements through the prism of small architectural forms, which have recently influenced the aesthetic appeal of the modern city. Small architectural forms allow you to improve the urban environment, living space. Thanks to the symbiosis of classics and modern technologies in the architectural design of the urban environment, the genre has been transformed in the form of art objects and high-tech, which are designed to create a more comfortable, aesthetic human environment. Small architectural forms are considered as objects of attraction for tourists. An example of small architectural forms in the time period is given: lost and new historical center of Saratov. When forming the circular walking route, the following principles were taken into account: the uniqueness of the city, orientation towards cultural and sports components, comfort, aesthetics. The developed circular pedestrian route with small architectural forms allows to trace the history of the city, the originality of the landscape, urban design.

Keywords: small architectural forms, urban space, urban design, high-tech, art object, walking route.

Введение. Городское пространство — это сложившийся на протяжении эпох архитектурный образ: дореволюционного, советского времени и современного периода. Города как ядра историко-культурного пространства, притягивающие туристов, многообразны в своих проявлениях. Полагаем, что в пространственном отношении более привлекательным остается центр города, где сконцентрирована наибольшая плотность туристического пространства [1, с.183].

В последнее десятилетие в российских городах облагораживается городское пространство. Для улучшения привлекательности городской среды как для горожан, так и для туристов, создаются и устанавливаются малые архитектурные формы (МАФ), которые органично вписываются в городской ландшафт, архитектурный облик. Малые архитектурные формы могут оказывать влияние на формирование имиджа города, повышать его статус, узнаваемость, эстетическую привлекательность.

Раньше, в советские годы, в городах можно было видеть МАФ. Они были органично вписаны в архитектурную среду, тому примеры: скульптурные композиции, фонтаны, сцены ракушки, широкие скамейки, фонари, телефонные будки, дорожные знаки, афиши классической формы и т.д. Основу материала их изготовления составляли: камень, чугун, бетон, гипс, металл, древесина. Городская скульптура в СССР должна была прославлять советского гражданина и была монументальной. В настоящее время изменился дизайн, произошла адаптация форм к современным реалиям с принципом абстрактно-концептуального формообразования. Появились новые формы городской скульптуры, произошло переформатирование жанра в понятие «арт-объект», «паблик-арт», хай-тек. Соединение классики и современных технологий в архитектуре и дизайне повлияли на формирование нового направления. Современная городская скульптура в стиле хай-тек, ее декоративные формы выполняются в основном из металла, пластика, дерева, камня. Все материалы, используемые в благоустройстве городского пространства, должны учитывать природные особенности, ландшафт местности, сложившуюся архитектуру, традиции.

Виды малых архитектурных форм российских городов изменились. Постепенно они приобретают самостоятельное значение и архитектурный смысл. Не избежал данной тенденции и Саратов. Приведем сравнительный пример малых архитектурных форм утраченных и новых, в историческом центре города Саратова (таблица).

Изменения коснулись практически всех видов малых архитектурных форм. Так, современное городское культурное пространство центра города в настоящее время олицетворяют новые арт-объекты, пример тому дизайнерские скамейки около площади Гагарина, скульптура «Одноклассники» на набережной Космонавтов (автор В. А. Пальмин), скульптура «Городовой на улице Волжской» (автор А. Щербаков), Старый трамвай маршрута № 6 «Вокзал–Волга», здесь же памятный камень Хачкар в память об улице Армянской (прежнее название ул. Волжская), на проспекте П. А. Столыпина памятник Саратовской Гармошке (автор В. А. Пальмин), памятник песне «Огней так много золотых...» (автор Н. Бунин) [2, с. 23].

Арт-объекты, появившиеся в областном центре за последние годы, в отличие от других городов, делают городскую среду более комфортной, они выразительны, гармоничны, имеют определенную идею. Перечисленные памятники и арт-объекты органично вписались

в городское пространство, не вызывая у местных жителей и гостей города неприятия.

Традиционные достопримечательности города в историческом центре могут сочетаться с новыми малыми архитектурными формами и вызвать интерес у туристов. При формировании кольцевого пешеходного маршрута выделим принципы: уникальность характерную для города, ориентацию на культурную и спортивную составляющую, связанную с малыми архитектурными объектами, комфортность, эстетичность.

Наметим пешеходный маршрут по центральным улицам, бульварам города, начало которого пролегает по старой Набережной Космонавтов — визитной карточке областного центра. У спуска к Волге, расположен первый арт-объект «Я люблю Саратов», далее пешеходная линия доходит до площади Петра Первого, где установлен одноименный памятник в честь 350-летия со дня его рождения и 300-летия посещения им Саратова, а также декоративные парковые скамьи. Пешеходный маршрут пролегает до площади Гагарина. Здесь находится памятник первому космонавту Ю. А. Гагарину, чье имя вписано в летопись Земли Саратовской. Затем линия проходит по третьему ярусу (зеленый пояс древонасаждений и цветников) до современного арт-объекта — скульптуры «Одноклассники».

Проведенная реконструкция старой Набережной Космонавтов позволила архитекторам вписать в городскую среду новые формы в виде современных скамеек, лестниц, урн, качелей, деревянных кадок с хвойными растениями, цветочных ваз, декоративно оформленных деревьев, разной формы камней, фонарей типа «Огни Саратова», небольших скульптур в стиле хай-тек, выполненных местными скульпторами. Поднимаясь к четвертому ярусу (жилой массив постройки конца 1960-х годов), линия маршрута ведет к памятнику К. А. Федина, рядом с которым находится музей саратовского писателя. По ходу маршрута обращает на себя внимание один из точечных арт-объектов — скульптура «Городовой», а также каскад небольших фонтанов, которые дополняют общую композицию городского пространства. Далее маршрут следует по ул. Волжской (ранее ул. Армянская), которая сохранила часть старой дореволюционной застройки. Здесь в память армян, которые заселяли эту улицу, в небольшом зеленом сквере установлен камень Хачкар — каменная стела с резным изображением креста (архитектурный памятник армянских святынь). Этот туристический объект напоминает о том, что на этой улице раньше проживала диаспора армян. Отреставрированная улица включает

Нормативно-правовые акты, используемые при проектировании маршрута

Вид МАФ	Наличие МАФ в советский период	Наличие МАФ в современный период
вазы	классические каменные	вазы из облегченного материала
скульптуры	монументальная скульптура	скульптурные композиции из разных материалов в стиле хай-тека
фонари	выдержаны в классическом стиле	разнообразный дизайн и материал изготовления
урны	каменные фундаментальные	дизайн разной конструкции
фонтаны	классические по форме	облегченный современный дизайн
скамьи	классические, удобные	разнообразный дизайн и материал изготовления
павильоны, киоски	однотипные	многообразный привлекательный дизайн
велостоянки	отсутствовали	разнообразные по форме и отделке
цветочные торшеры	отсутствовали	облегченные
светофоры	традиционные	новый дизайн
дорожные знаки	традиционные, малочисленные	новый дизайн, многообразные
телефонные автоматы	однотипные	отсутствуют
информационные стенды, афиши	деревянные квадратные, круглые	разнообразные по дизайну и по форме изготовления
навесы у остановок	однотипные	разнообразные по конструкции и дизайну
беседки	деревянные однотипные	разный материал и дизайн
качели	традиционные, немногочисленные	разный материал изготовления и разнообразный дизайн
декоративные камни	не пользовались популярностью	вписываются в городской ландшафт
ограждения	металлические	разный материал и дизайн

малые архитектурные формы: высаженные липы в деревянной декоративной окантовке, скамейки и урны около них, велостоянки, фонари, современные качели.

Далее линия маршрут проходит через парк «Липки» — зеленый центр города. Перед входом в парк установлены современные качели в виде удобной скамьи. Около парка находится старый отреставрированный трамвай, который привлекает туристов и является символом старого города. Трамвай совершал когда-то маршрут по Армянской и Миллионной улицам (ныне Набережная Космонавтов).

Сам парк был основан в 1824 году по инициативе городской управы и решению городской думы как общедоступный городской парк. Первоначально это был сад, где были высажены липы, которые и дали в последствии название «Липки». Парк является памятником

федерального значения, имеет многофункциональное значение [3, с. 60]. Среди малых архитектурных форм выделяются два фонтана 80-х годов, один из которых с символикой элемента герба Саратова (стерлядь), а также павильоны, два памятника (А. С. Пушкину и погибшим местным юнгам Северного флота), детские качели, скамейки разных форм, фонари пушкинских времен, хай-тек Солнечные часы. К сожалению, расположенные в парке в советские годы вазоны, скульптурные композиции, которые привлекали отдыхающих, удобные скамейки для отдыха утрачены. В парке намечена реконструкция, которая позволит улучшить архитектурный ансамбль.

Из парка маршрут протекает через центральную часть города — пешеходную зону проспект им. П. Столыпина (бывшая улица Немецкая, затем переименована в проспект

им. С. М. Кирова). На проспекте можно видеть несколько современных скульптур: «Саратовская гармоника», «Огней так много золотых» (эти скульптуры, при опросе местных жителей, вошли в число брендов города). Арт-объекты представлены современным фонтаном, декоративными цветочными кашпо, велостоянками, фонарями, туристскими указателями, облегченными урнами, дорожными неоновыми знаками. Находящиеся на проспекте МАФ создают гармонию и эстетическую привлекательность, участвуют в создании стилевой общности урбанизированной среды.

Дополняет линию маршрута улица им. Н. И. Вавилова (бывшая Михайловская), где расположен памятник ученому-генетику, повествование об ученом придает смысл этому объекту. Далее пешеходный маршрут проходит по бульвару, вдоль улицы Рахова (бывшая улица Камышинская). Регулярная планировка здесь сменяется типовыми девятиэтажными домами и элитными зданиями по обе стороны бульвара. Сам бульвар претерпел реконструкцию в 2016 году и имеет объекты в стиле хай-тек. На бульваре можно увидеть шахматный, теннисный столы, незатейливые детские уголки, современную решетчатую площадку для выгула животных, новые светильники, урны, скамьи. Бульвар плавно переходит в городской парк, который связан с историей города. Городской парк — это бывшая загородная роща, которая в 1813 году была перепланирована, там были высажены дубы, а система оврагов с родниками была перегорожена плотинами. Парк неоднократно менял владельцев в дореволюционной России [3, с. 60]. Из малых архитектурных форм в настоящее время выделяются: памятник А. Д. Панчулидзеvu (первый губернатор Саратова, при котором был принят план застройки города), многочисленные деревянные скульптурные композиции сказочных персонажей, цветочные вазоны, декоративные мостики, сцена в виде ракушки, фонари в стиле пушкинского времени, парковые деревянные скамьи.

Дополняет пешеходный маршрут новая Набережная, строительство которой было

начато в 2016 году. При оформлении этой части Набережной, использовались современные арт-объекты: круглые светильники, напольный фонтан, деревянные арки, качели разной формы, детские стенки, батуты, клавишные инструменты (как культурно-развлекательные элементы), оригинальные поручни к спуску Волги, скамейки и т.д. Современные малые архитектурные формы выступают декоративным элементом оформления новой Набережной. Новая Набережная позволяет вернуться к началу пешеходного маршрута.

Выводы. Формирование пешеходного маршрута с акцентом на малые архитектурные формы позволяет детально ознакомиться с историей города, современным городским дизайном, символами идентичности. Все это усиливает впечатление о современном городе, дает обобщенное представление о городском пространстве. Предлагаемая кольцевая линия пешеходного маршрута длиной 8 км демонстрирует современные подходы к дизайну городской среды, создает атмосферу культурно значимого города и подчеркивает идентичность Саратова.

Макарецва Людмила Валентиновна,

к.г.н., доцент кафедры экономической и социальной географии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского; milamak05@mail.ru

Библиографический список:

1. Макарецва Л.В., Преображенский Ю.В. Хронотоп города в туристическом пространстве страны (на примере г. Саратова) [Текст] // География и туризм. Научный рецензируемый журнал. Вып. 1 (3), 2019. С. 183–188.
2. Преображенский Ю.В., Макарецва Л.В. Территориальные аспекты и принципы трансформации культурного пространства города (на примере Саратова) .. Изв. Саратов. ун-та. Нов.сер. Сер. Науки о Земле. 2018. Т. 18, вып. 1. С. 22–26.
3. Макарецва Л.В. Парки как туристический ресурс города Саратова // География и туризм. Научный рецензируемый журнал. Вып. 1 (9), 2022. С. 59–63.

Я. А. Баландина, И. В. Фролова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

БАЗОВЫЙ И ОРИГИНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ ПО «БЕЛЫМ ПЯТНАМ» ПЕРМСКОГО КРАЯ

Современная ситуация в области развития внутреннего туризма позволяет по-новому взглянуть на известные территории или, наоборот, запустить в «туристское» плавание иные объекты своего региона, ознакомиться с пейзажами и ландшафтами малоизвестных районов. Поиск маршрутов и новых туристских мест опирается на традиционную рекламу, анализ социальных сетей и обмен частным мнением. В данной работе представлен опыт выявления не задействованных в туристской деятельности локальных территорий Пермского края и возможных новых туристских маршрутов по «белым пятнам» региона. Анализ предложений туристских компаний Пермского края показал, что большинство туристских маршрутов проходит по восточной и центральной частям Пермского края. Южные и западные территории края не представлены в туристской деятельности. Предложены базовый и оригинальный туристские маршруты для оживления этих территорий. Под базовым туристским маршрутом понимается стандартный маршрут, спрос на который зависит от массового потребителя. Оригинальный туристский маршрут — это маршрут, разработанный из интересов, желаний и предпочтений индивидуального потребителя. Базовый маршрут «В глушь!.. На Запад» проходит по западной части края: Верещагинскому, Очерскому городским округам и Карагайскому муниципальному округу. Объектами показа являются города-центры районов и экспозиции краеведческих музеев. Оригинальный маршрут «Водные секреты» проходит по юго-восточной части края: Ординскому, Уинскому муниципальным округам и Октябрьскому городскому округу. Объекты показа: Ординская пещера, Барсаевский сероводородный источник, исчезающая речка Судинка и скала Каравай, Октябрьские виадуки.

Ключевые слова: туристский маршрут, базовый маршрут, оригинальный маршрут, Пермский край.

Y. A. Balandina, I. V. Frolova

Perm State University

BASIC AND ORIGINAL TOURIST ROUTES IN THE «WHITE LOCATION» OF THE PERM REGION

The search for routes and new tourist destinations takes place through traditional advertising, social media analysis and the exchange of private opinions. The article presents the experience of identifying local territories of the Perm region that are not involved in tourism activities and possible new tourist routes along the “white spots” of the region. An analysis of the proposals of travel companies in the Perm region was concluded that most tourist routes pass through the eastern and central parts of the Perm region. The southern and western territories of the region are not represented in tourism activities. Basic and original tourist routes are offered. The basic tourist route is a standard route, the demand for which depends on the mass consumer. An original tourist route is a route developed from the interests, desires and preferences of an individual consumer. The base route passes through the western part of the Perm region. The objects of the tourist view are the central towns of the districts and the expositions of local history museums. The original route passes through the southeastern part of the Perm region. The objects of the tourist view are the Ordinskaya cave, the Barsaevsky hydrogen sulfide source, the disappearing Sudinka river and the Karavay rock, the Oktyabrsky viaducts.

Keywords: tourist route, basic route, original route, Perm region.

Современная ситуация (сокращение вылетов за рубеж, санкционные условия, развитие программы внутреннего туризма) позволяет обратить внимание на территорию, в которой мы проживаем, что, в свою очередь, влечет

за собой экономию личных средств, транспортных издержек и пр., а также позволяет по-новому взглянуть на уже вроде бы известные территории или, наоборот, запустить в «туристское» плавание иные объекты своего региона и ознакомиться с пейзажами и ландшафтами малоизвестных районов.

Предложения туров по Пермскому краю

Туристская компания	Туры	Территория
ООО «Золотой компас-Тур» [12]	Усвинские столбы и Чертов палец!	Городской округ Губаха.
	Каменный город и Белый камень!	Гремячинский городской округ.
	Каменный город, Белый камень и Чусовской этнопарк	Чусовской, Гремячинский городские округа.
	«Чусовские горы» на снегоходах (в санях) и Бобслей	Чусовской городской округ.
	Суксун, «Царская рыбалка» и водопад Плакун!	Суксунский городской округ.
	Гора Колпаки (614 м) и граница Европы и Азии!	Горнозаводский городской округ.
	Кын. Уральская Швейцария и Царь-Бойцы с ж\д и снегоходами!	Лысьвенский городской округ.
	Камень Красный, Дыроватый и Мельничный ручей! (царские ворота, грот влюбленных)	Горнозаводский городской округ.
	«Сердце Пармы», Крестовая и музей КУБа!	Городской округ Губаха.
	Кунгур. От купцов до Ермака!	Кунгурский муниципальный округ.
	Горнозаводской Урал, Луныевская ж\д ветка и гора Крестовая	Городские округа Кизел, Губаха.
	Геологическая экскурсия к разрезу Широковский и Широковская ГЭС	Гремячинский городской округ.
	Большой и малый Ветлан	Красновишерский городской округ.
	Камень Полюд	Красновишерский городской округ.
	Экскурсия на Камень Ермак	Кунгурский муниципальный округ.
	Александровские озера, гора Крестовая и рыболовное хозяйство	Городской округ Губаха, Александровский муниципальный округ.
	Экскурсия в Чусовской Этнопарк и Верхнечусовские городки	Чусовской городской округ.
	Музей-бункер, музей истории купечества и камень Ермак	Городской округ ЗАТО Звездный, Кунгурский муниципальный округ.
ООО ЦЭТ «Зеленый Ветер» [15]	Экскурсионный тур «Пряничный Кунгур»	Кунгурский муниципальный округ.
	«Центры Пермской цивилизации» — экскурсия в Усолье – Соликамск – Чердынь	Городские округа Березники, Соликамск, Чердынский.
	«Купеческая столица» – экскурсия в Кунгур и Кунгурскую ледяную пещеру	Кунгурский муниципальный округ.
	«Пермские истории» — экскурсия по Перми	г. Пермь.
	«История реки Чусовой» с посещением Каменного города	Чусовской, Гремячинский городские округа.
	«Соляные столицы» — экскурсия в Соликамск и Усолье	Городские округа Березники, Соликамск.
	«Грани Урала» — экскурсия на гору Колпаки	Чусовской, Горнозаводский городские округа.

Тенденцией в сложившихся условиях стал самостоятельный и стихийный туризм. Поиск маршрутов и новых туристских мест опирается на традиционную рекламу и деятельность турфирм, просмотр популярных пабликов с блогами туристов в социальных сетях, а также «сарафанное радио», когда из «уст в уста» передаются ценные сведения о новых интересных местах. В данной работе представлен опыт выявления не задействованных в туристской деятельности локальных территорий Пермского края и возможных новых туристских маршрутов по «белым пятнам» региона.

Многие туристы находят места для посещения с помощью социальных сетей, самые популярные из которых «ВКонтакте» и «Telegram». С помощью анализа групп с наибольшим количеством подписчиков выясним, какие места России наиболее интересны для посещения. В результате в социальной сети «Telegram» была выбрана группа «Я люблю Россию» (iloveru) [19], количество подписчиков которой составляет 38 100 чел., в сети «ВКонтакте» — «Природа России» (russia.nature) [10] с 31940 подписчиками. В обеих группах были проанализированы посты за 10 дней (с 11.05.2022 по 20.05.2022).

Туристская компания	Туры	Территория
	Покори Полюд! Экскурсия на камень Полюд	Красновишерский городской округ.
	Экскурсия «Загадки пермского периода»	Суксунский городской округ.
	Экскурсия в Хохловку	Пермский муниципальный район.
	«Пермская вотчина Строгановых» (экскурсия в Усолье, Орел, Пыскор)	Городской округ Березники.
	«Северный иконостас» (экскурсия в Усолье, Орел, Соликамск, Чердынь)	Городские округа Березники, Соликамск, Чердынский.
	«История и реальность» — экскурсия в Белогорский монастырь	Кунгурский муниципальный округ.
	«Жизнь в Каменном городе: Четыре сезона»	г. Пермь, Городские округа Губаха, Гремячинский, Чусовской.
ООО «ТК «Солана»» [13]	Сплав по реке Вижай	Гремячинский городской округ.
	Кудымкар. Парма — неизведанный край	Кудымкарский муниципальный округ.
	Губаха — город прошлого и настоящего. Гора Ладейная и гора Крестовая	Городской округ Губаха.
	Места съемок «Сердце Пармы» + Каменный город	Городские округа Губаха, Гремячинский.
	Каменный город — Чертово городище. Место силы Пермского края + этнопарк реки Чусовой	Гремячинский городской округ.
	Усьвинские столбы + Чертов палец. Места съемок «Географ глобус пропил»	Городской округ Губаха.
	Парма. Соликамск – Ныроб – Чердынь	Городские округа Соликамск, Чердынский.
	Кунгур + Белая гора + камень Ермак	Кунгурский муниципальный округ.
	Помяненный (Колчимский) камень	Красновишерский городской округ.
	Кунгур. Чем богата чайная столица и гора в честь сибирского завоевателя «Ермак»	Кунгурский муниципальный округ.
ЗАО «ПЕРМТУРИСТ» [11]	«Ильинское — Вотчина Строгановых»	Ильинский городской округ.
	«Нытва — родина ложки»	Нытвенский городской округ.
	«Уездный город Оса»	Осинский городской округ.
	«Суксун — край самоваров»	Суксунский городской округ.
	«Усолье – Соликамск»	Городские округа Соликамск, Березники.
	«Северная Звезда»	Городские округа Соликамск, Березники, Чердынский.
	«В гости к Сылвенским татарам»	Кунгурский муниципальный округ.
	«Старая Пермь»	г. Пермь.
	Территория Силы: Кишертский район, камень Лобач, Молебка	Кишертский муниципальный округ.
	«Доброфиш» — гастротур с дегустацией осетрины и икры	Добрянский городской округ.
	Каменный город и Шумихинские скалы	Гремячинский городской округ.

Количество постов, выкладываемых в день, варьируется от 2 до 4.

Анализ выбранных пабликов подтвердил бытующее мнение о том, что Россия обладает всевозможными туристско-рекреационными ресурсами, каждая ее территория уникальна и интересна, особо выделяется по частоте упоминания объекты Камчатского края, Карачаево-Черкессии и Краснодарского края, не обходят стороной и Пермский край.

На основе анализа предложений турфирм на рынке Пермского края определим «белые пятна» региона, т.е. те территории, которые

не задействованы в маршрутах, предлагаемых туристскими компаниями. По показателям: наибольшая капитализация, интернет-запрос и наибольшее количество маршрутов были выбраны 15 туристских компаний.

По первому показателю были выбраны ЗАО «ПЕРМТУРИСТ», ООО «Сталагмит-Экскурс», ООО «Теплоходная компания «Большой МАЯК»», ООО «Экспресс-Тур» и ООО Бюро туризма «Спутник-РМК». Отбор по критерию осуществлялся с помощью архивного реестра туроператоров [14]. По второму показателю в рейтинг вошли ООО «Золотой компас-Тур», ООО «ТК «Солана»»,

ООО «Большая Страна», ООО «ТК «А.В.Т. Трэвел» и ООО ЦЭТ «Зеленый Ветер». Отбор по критерию осуществлялся с помощью запроса «Туристская поездка по Пермскому краю» в поисковой системе «Яндекс». По третьему критерию в список вошли ООО «Оранжевый автобус», ООО «Золотой компас-Тур», ООО ЦЭТ «Зеленый Ветер», ООО «ТК «Солана» и ЗАО «ПЕРМТУРИСТ». Отбор по критерию осуществлялся с помощью анализа предложений туристских поездок по Пермскому краю на их официальных сайтах (orange-bus.ru; zolotoy-kompas.ru; zel-veter.ru; solana-active.ru; turizm-ural.ru).

Из 15-ти туристских компаний 4 компании соответствуют заданным критериям отбора. Это ООО «Золотой компас-Тур», ООО ЦЭТ «Зеленый Ветер», ООО «ТК «Солана» и ЗАО «ПЕРМТУРИСТ». Данные компании предлагают различные турпродукты для разных потребителей (таблица).

Анализ таблицы показал, что наиболее представлены в туристской деятельности территории Гремячинского и Кунгурского районов, наименее — Александровского, Добрянского, Ильинского, Кизеловского, Кишертского, Кудымкарского, Лысьвенского, Нытвенского, Осинского, Пермского районов. На основе полученных данных построена карта муниципальных образований по доли их участия в различных туристских маршрутах (рис. 1). Отметим, что большинство туристских маршрутов проходит по восточной и центральной частям Пермского края, в маршрутах не задействованы южные и западные территории края.

Причинами «белых пятен» могут быть: недостаточность или отсутствие средств размещения различного класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих туристских объектов показа, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автомагистралях, слабое развитие транспортной, инженерной и, собственно, туристско-рекреационной инфраструктуры этих территорий и другие факторы.

На завершающем этапе исследования предложены базовый и оригинальный туристские маршруты по территориям «белых пятен» Пермского края. При разработке туристских маршрутов учитывались принципы: соответствие назначению; безопасность; точность и своевременность исполнения; эргономичность; комфортность; эстетичность; информативность; доступность, а также существующий ГОСТ Р 50681-2010 [2], разработанные туристские маршруты и варианты туристских поездок, представленные в социальных сетях.

Под базовым туристским маршрутом понимается стандартный маршрут, спрос на который зависит от массового потребителя. Протяженность и наполнение такого маршрута близко существующим сегодня турмаршрутам для массового потребителя. Под оригинальным туристским маршрутом понимается маршрут, разработанный

из интересов, желаний и предпочтений индивидуального потребителя.

Базовый туристский маршрут проходит по трем муниципальным образованиям, находящимся на западе края: Верещагинскому и Очерскому городским округам, Карагайскому муниципальному округу.

Верещагинский округ расположен на западной границе Пермского края. Его площадь составляет 1618,93 км². Округ удален от краевого центра на 136 км. Население округа на 01.01.2022 составляет 37890 чел. Очерский округ находится в 113 км от краевого центра и расположен в юго-западной части Пермского края, в бассейне реки Очер. Площадь района — 1334 км². Население округа на 01.01.2022 составляет 22400 человек. Карагайский округ расположен в западной части Пермского края, в бассейне среднего течения рек Обва и Нердва, в 107 км от краевого центра. Территория городского округа составляет 2394 км². Население округа на 01.01.2022 составляет 20841 чел. [8].

Туристский маршрут «В глушь!.. На Запад»

Маршрут (рис. 2) знакомит с историей западных территорий Пермского края. В основе познавательной информации лежит путевая информация, включающая в себя рассказ об природно-культурных особенностях этих «неизвестных» для массового туриста территориях края; рассказ с небольшой экскурсионной программой о городах-центрах этих территорий и посещение отдельных экспозиций краеведческих музеев.

Объект 1. Очерский краеведческий музей им. А.В. Нецветова. На данный момент в музее представлено 6 экспозиций.

«Очер — вотчина Строгановых» — экспозиционный зал оформлен в виде старинной «улицы». Двигаясь вдоль нее по «кварталам» совершается путешествие в прошлое: прогулка по старым заводским цехам, знакомство с документами работы Очерского завода в конце XIX — начале XX вв. в кабинете управляющего и системой обучения в провинциальной школе, обозрение купеческих лавок и их ассортимента. Экспозиция «Ожившее наследие» раскрывает особенности провинциального театра: сцена, ряды партера, ложи-витрины и балконы в соответствии с описанием конца XIX века. Материалы экспозиции показывают этапы становления и развития музыкальной культуры и театра в Очере. Особенностью экспозиции «Очеры славные сыны» является собрание в одном экспозиционном зале материальных и документальных свидетельств участия очерцев в войнах, военных компаниях и походах с XVI в. по настоящее время. Это позволяет на основе военной истории рассказать о жизни разных людей через историю города и семьи. «Пермский период на Очерской земле»

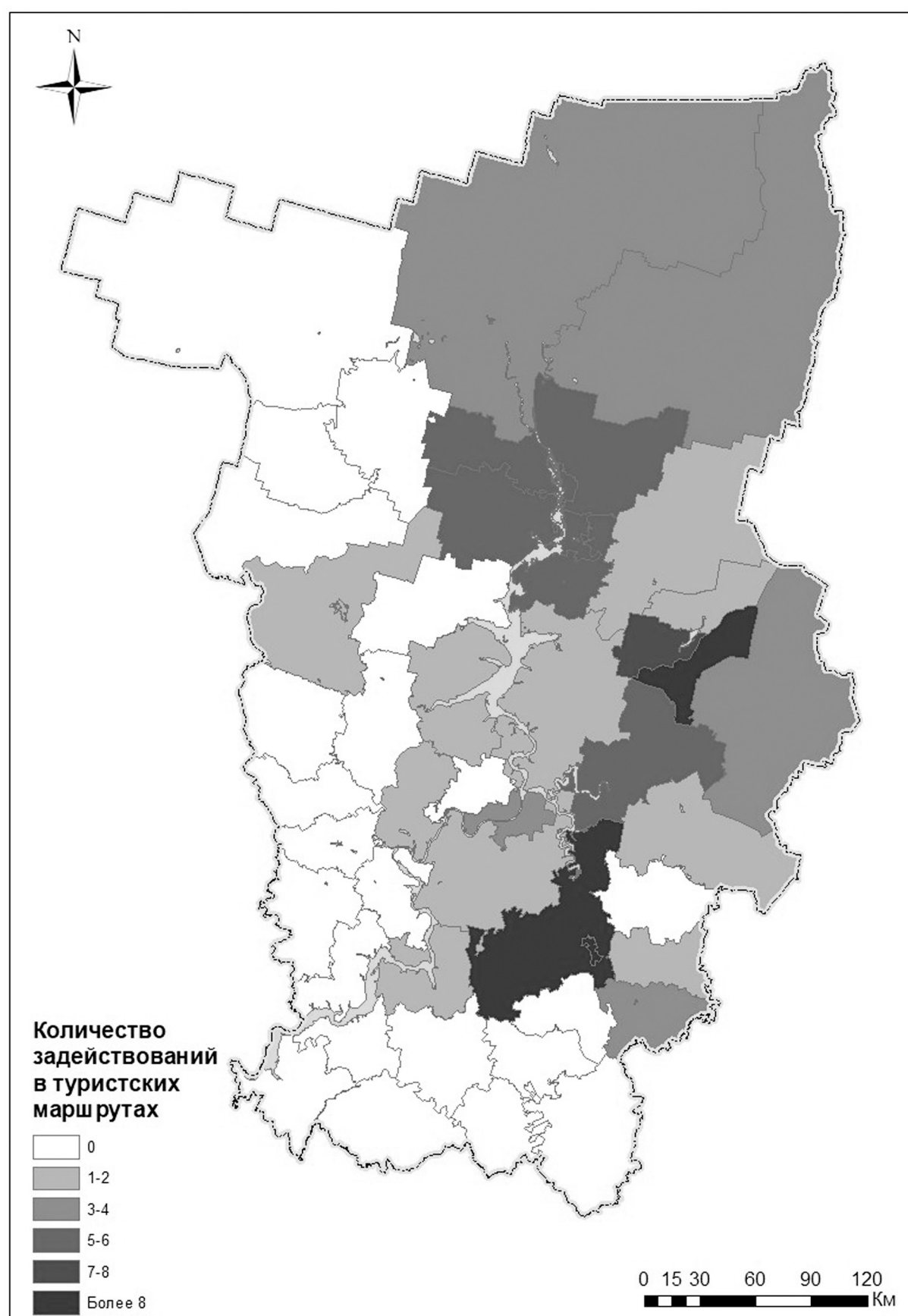


Рис. 1. «Белые пятна» туристской деятельности Пермского края

познакомит с историей открытия Ежовского местонахождения ящеров пермского периода и особенностями этого геологического времени, расскажет о раскопках экспедиции Палеонтологического института АН СССР и результатах их исследований. Отдельные разделы посвящены ледниковому периоду и находкам юннатов, геологическим изысканиям в Очерском районе. «Очерская ярмарка» дает общую картину традиционных промыслов и ремесел очерцев в конце XIX – начале XX вв. При создании экспозиции в показе некоторых ремесел (синильное, обработка льна) использовался метод реконструкции производственных циклов. Основным содержанием экспозиции являются подлинные документы и вещи, которые погружают туристов в давно ушедшую эпоху. Экспозиция «Крестьянский мир» раскрывает быт, мифологию, традиции и обряды того времени [6, 7].

Объект 2. Верещагинский краеведческий музей. В настоящее время музей арендует часть здания Пермского кооперативного техникума, имеет филиал в с. Сепыч — Сепычевский музей народной культуры. Особенностью музейного собрания являются коллекции этнографии, в частности предметы духовной культуры и быта старообрядцев Верещагинского района; коллекция железнодорожных аппаратов. В музее скомплектована интересная коллекция телерадиоаппаратуры 1960–1980-х гг. Основными являются экспозиции «Перекресток путей веры» и «История города Верещагино за сто лет», которые рассказывают о трех периодах в истории района: о культуре и вере старообрядцев, о распространении православия, о советском периоде; о становлении и развитии города, о строительстве железной дороги, давшей толчок рождению города и о многом другом.

Объект 3. Карагайский краеведческий музей. Музей насчитывает более 20 тыс. экспонатов, которые постоянно пополняются благодаря ежегодным этнографическим и археологическим экспедициям и поддержке общественных организаций и учреждений Карагая, местным жителям. В музее открыты четыре постоянные экспозиции: зал животных; зал археологии «Рождественское городище»; экспозиция «Русская деревня: быт и нравы» о быте и промыслах коренных народов Прикамья [4].

Оригинальный туристский маршрут проходит по трем муниципальным образованиям, находящимся на юго-востоке края: Ординскому и Уинскому муниципальным округам, Октябрьскому городскому округу.

Ординский округ находится в 114 км от Перми и расположен в юго-восточной части Пермского края. Площадь района — 1418,3 км². Население округа на 01.01.2022 составляет 14 163 чел. Уинский округ расположен в юго-восточной части

Пермского края. Его площадь — 1555,3 км². Округ удален от краевого центра на 200 км. Население округа на 01.01.2022 составляет 9 793 чел. Октябрьский округ расположен на юго-востоке Пермского края, в 212 км от краевого центра. Территория городского округа составляет 3 444,4 км². Население округа на 01.01.2022 составляет 26 162 чел. [8].

Туристский маршрут «Водные секреты»

Маршрут (рис. 3) раскроет секреты самой длинной подводной гипсовой пещеры — Ординской; Барсаевского сероводородного источника, воду которого можно использовать как столовую, а также в лечебных целях; исчезающей речки Судинки и позволит оценить масштабность и насладиться живописностью скалы Каравай и Октябрьских виадуков, проложенных через реки Ирень и Сарс.

Объект 1. Ординская пещера (рис. 4, [18]). Самая длинная подводная гипсовая пещера России, настоящая мекка для любителей спелеодайвинга. Сюда едут со всей России, а порой и из-за рубежа. Широко известна своими подводными красотами. Пещера расположена на левом берегу реки Кунгур, в недрах невысокой платообразной Казаковской горы, образовалась в гипсах и ангидритах пермского периода. Свое название получила по близлежащему селу Орда.

Местным жителям пещера известна давно. Впервые упомянута в литературе под названием Казаковская в 1969 г. Г.А. Максимовичем. Однако первые серьезные исследования пещеры относятся лишь к началу 1990-х гг., когда под руководством А. Самовольникова и И. Лаврова была изучена и закартирована сухая часть пещеры. Первые подводные исследования были проведены в марте 1994 г. Первое погружение совершил спелеолог-аквалангист В. Комаров из Рязани. В декабре 1997 г. была организована первая Всероссийская спелеоподводная экспедиция. В итоге обследованная длина пещеры достигла 1250 м. В последующем эта цифра неуклонно росла. Пещера поражала исследователей огромными объемами (в некоторых залах мощные фонари не достигали стен) и прозрачной водой. В 2000-е гг. Ординскую пещеру облюбовал пермский дайв-центр «Наутилус». Под руководством подводника А. Горбунова около пещеры появилась дайверская база (первая в России), проложено освещение. Вход в пещеру находится в карстовой воронке на крутом склоне Казаковской горы, со стороны реки Кунгур. Спуск оборудован лестницами, при нахождении внутри спелеодайверов включается освещение. Ширина входного отверстия пещеры достигает 5 м, а высота — 2 м.

По последним данным, длина Ординской пещеры достигает 5 100 м, при этом протяженность сухой части лишь 300 м. Амплитуда — 50 м,

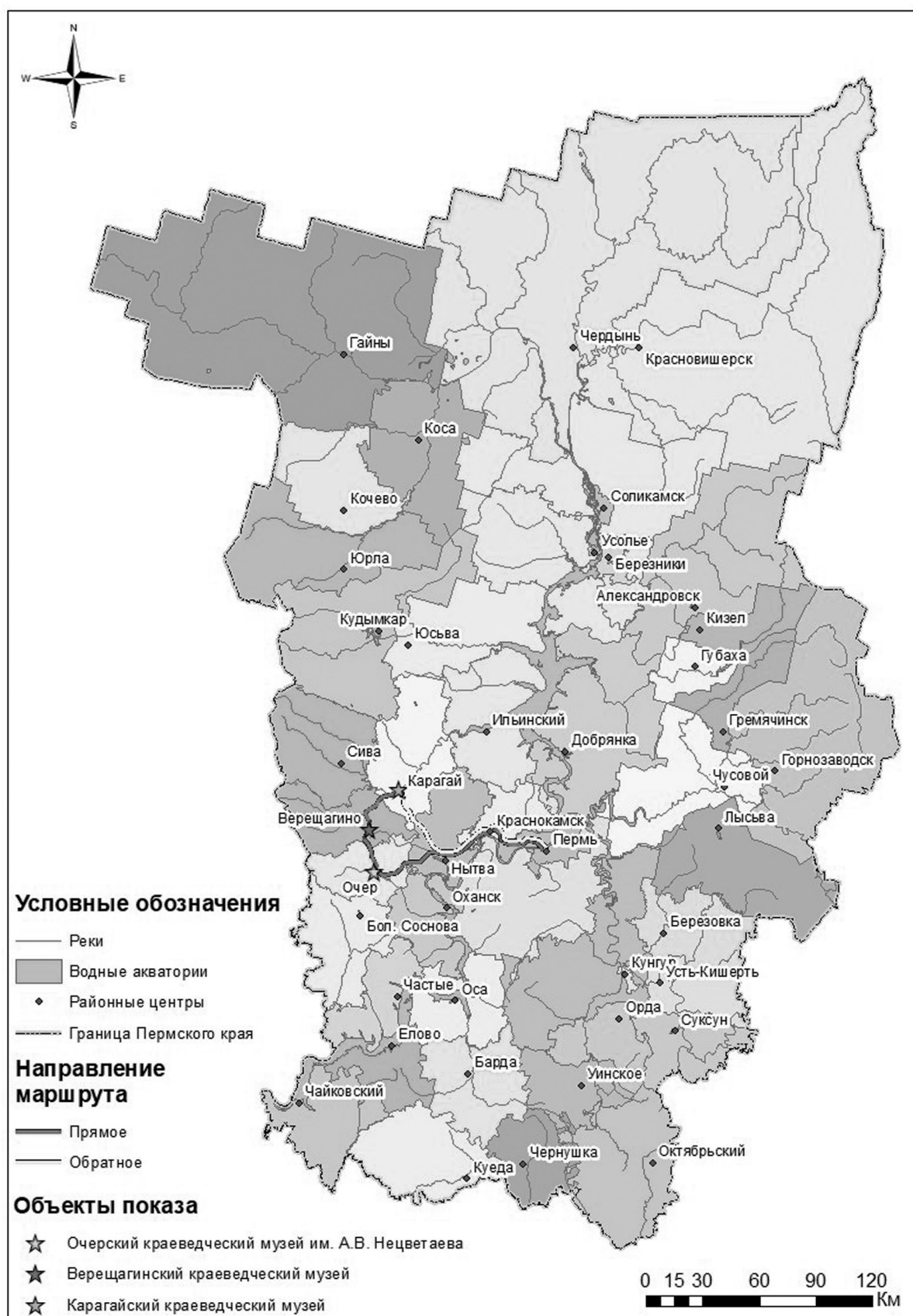


Рис. 2. Маршрут «В глушь!.. На Запад»

площадь — более 50 тыс. м². По длине Ординская пещера на четвертом месте в Пермском крае после Дивьей (10,1 км), Кизеловской (7,6 км) и Кунгурской Ледяной (5,7 км). Из гипсовых пещер Пермского края она на втором месте после Кунгурской, а среди подводных пещер в гипсах ей нет равных в России.

Ординская пещера является геологическим памятником природы Пермского края. На поле недалеко от пещеры много карстовых воронок и провалов. Уникальна растительность в окрестностях пещеры, что обусловлено ее нахождением в реликтовой островной Кунгурской лесостепи. Здесь выявлено 133 вида высших растений. Произрастают и растения, занесенные в Красную книгу: ковыль перистый (Красная книга РФ) и василек сибирский (Красная книга Пермского края) [9].

Объект 2. Исчезающая речка Судинка и скала Каравай (рис. 5, [16]). Одна из самых интересных природных достопримечательностей Уинского района Пермского края. В этом месте речка Судинка неожиданно ныряет под скалу, вновь показываясь на поверхности лишь через несколько сотен метров. Впервые речка Суда упоминается в летописи Михаила Кайсарова 1623 г. Длина Судинка чуть более 10 км. Несмотря на такую незначительную протяженность, на Судинке создано целых четыре пруда. Они были сооружены в 1960–70-е гг. для хозяйственных целей. Речка протекает через село Суда и деревню Луговая. Впадает в реку Ирень, являясь ее правым притоком. Речка Судинка течет прямо под скалу. Это место называют «нырком». Далее речка течет по подземному руслу и выходит на поверхность из-под горы Верхним и Нижним Вынырками. В этом месте видны обнажения гипсов. Сверху в недра скалы уходит глубокая трещина, из которой доносится шум воды. В одном месте над подземным водотоком произошел обвал, и образовался вход в пещеру.

Сразу за последним, четвертым, прудом возвышается живописная скала Каравай (или Каравай-гора). Такое название ей дали местные жители за внешнее сходство по форме с хлебным караваем, от которого отрезали ломоть.

В селе Суда есть что посмотреть и чему удивиться. В селе сохранились каменная Андреевская церковь 1878 г. (сейчас в ней Дом культуры), здание волостного правления 1893 г., старые купеческие дома начала XX в. К интересным фактам нужно отнести находку 1954 г. серебряного блюда, изготовленного в Восточном Иране в VII в. На нем было нанесено изображение орла, держащего в когтях антилопу [3].

Объект 3. Барсаевский сероводородный источник (рис. 6, [1]). Известно, что на территории Уинского района разведано 9 подземных месторождений минеральных вод, но лишь около деревни Барсаи минеральные воды выходят на поверхность, воду которого можно

использовать как столовую, так и в лечебных целях. Она перспективна для использования сероводородных ванн, при лечении многих патологических состояний, прежде всего сердечно-сосудистых заболеваний, нервной системы, опорно-двигательного аппарата, женской половой сферы, болезней кожи, хронических интоксикаций солями тяжелых металлов (свинец, ртуть), токсических полиневритов, энцефалитов и др.

Выходя из небольшой воронки в земле, воды источника образуют речку, которая в 60 м. от истока впадает в реку Телес. С холма к источнику спускается лестница. Минеральный родник огорожен заборчиком, подход к воде облегчает настил. Еще на подходах к минеральному источнику появляется характерный запах сероводорода. За счет большой концентрации минеральных веществ вода в источнике имеет белесый оттенок. Прозрачность низкая, дна не видно. В источнике растут водоросли, которые покрываются налетом [1].

Объект 4. Октябрьские виадуки (рис. 7, [17]). На самом юге Пермского края можно найти оригинальные ландшафты совершенно сказочного вида, где пересекают глубокие речные долины необычные конструкции железной дороги — виадуки. Идея соединить напрямую города Казань и Екатеринбург очень долго витала в воздухе. Впервые ее предложил Е. В. Богданович, как один из вариантов планируемой Транссибирской магистрали. На рубеже XIX–XX вв. неоднократно предпринимались попытки реализации этого проекта, вместо которого сначала была построена Горнозаводская железная дорога через Пермь, Нижний Тагил и Екатеринбург, а затем и линия Пермь – Кунгур – Екатеринбург. В конце мая 1914 г. началось строительство Казанбургской дороги. Строительные работы выполнялись вручную, применялся труд военнопленных.

Наиболее сложным участком на железной дороге стало пересечение Сылвенского кряжа, междуречья Туй и Уфа. Несмотря на то, что дорогу старались прокладывать по водоразделу, здесь было построено 7 виадуков (некоторые из них достигали длины более 500 м) и 4 железнодорожных тоннеля, один из которых достигал 2 км. Сылвенский кряж оказался для железнодорожников сложным препятствием. Максимальная высота железнодорожной линии достигала 350 м. Тяжелые условия строительства дороги сказались и на названиях станций. Например, вблизи водораздела Сылвенского кряжа находится Ненастье. Бартымский виадук имеет четыре пролета и длину 100 м. Сама станция Бартым малоинтересна. До конца 1970-х гг. здесь имела лесовозная узкоколейная железная дорога, прекратившая свое существование с вырубкой леса. Недалеко от станции находятся старые деревни Верх-Ирень и Агнягузи, где с давних времен живут иренские

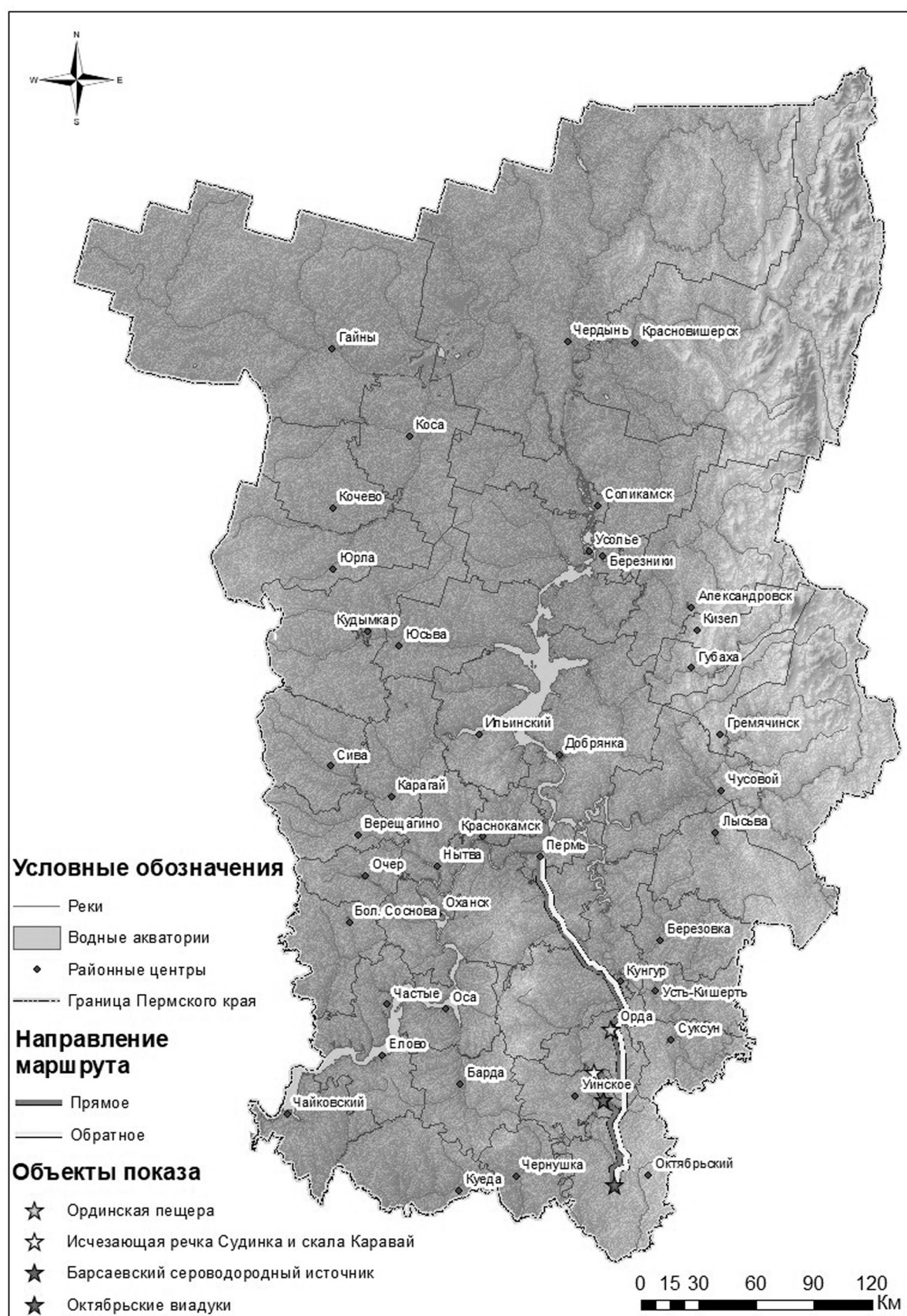


Рис. 3. Маршрут «Водные секреты»



Рис. 4. Ординская пещера
(фото В. Лягушкина)



Рис. 5. Исчезающая речка Судинка
и скала Каравай (фото П. Распопова)

татары. Сарсинский виадук имеет небольшой изгиб и состоит из шести пролетов. Его длина 160 м. На нем сохранились и перила. Рядом с виадуком раскинулась татарская деревушка Большой Сарс. Неподалеку находится остановочный пункт Сарс. Возле станции Сарс располагается множество карьеров, где добывается доломит. Можно найти состоящий из множества мелких сфер оолитовый доломит, а также окаменевшие раковины обитателей древнего моря [5].

Заключение. Туристские ресурсы Пермского края разнообразны вне зависимости от их геолокации. Большинство туристских маршрутов проходит по восточной и центральной частям Пермского края, в маршрутах не задействованы южные и западные территории края, которую являются «белыми пятнами» туристской деятельности, требуют к себе внимания и нуждаются в туристском оживлении.

Под базовым туристским маршрутом понимается стандартный маршрут, спрос на который зависит от массового потребителя. Оригинальный туристский маршрут — это маршрут, разработанный из интересов, желаний и предпочтений индивидуального потребителя. Базовый и оригинальный маршруты разработаны на территориях,

которые не задействованы в каких-либо туристских маршрутах с целью заполнения «белых пятен» Пермского края. Базовый маршрут «В глушь!.. На Запад» проходит по западной части края: Верещагинскому, Очерскому городским округам и Карагайскому муниципальному округу. Объектами показа являются города-центры районов и экспозиции краеведческих музеев. Оригинальный маршрут «Водные секреты» проходит по юго-восточной части края: Ординскому, Уинскому муниципальным округам и Октябрьскому городскому округу. Объектами показа являются Ординская пещера, Барсаевский сероводородный источник, исчезающая речка Судинка и скала Каравай, Октябрьские виадуки.

Баландина Яна Александровна,

магистрант кафедры физической географии и ландшафтной экологии, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
yanka151299@gmail.com

Фролова Ирина Викторовна,

к.геогр.н., доцент кафедры физической географии и ландшафтной экологии, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
irvik13@gmail.com



Рис. 6. Барсаевский сероводородный источник (фото П. Распопова)



Рис. 7. Октябрьские виадуки (фото А. Нечаева)

Библиографический список

1. Барсаевский сероводородный источник. URL: <https://uraloved.ru/barsaevskij-serovodorodnyj-istochnik> (дата обращения: 23.05.2022).
2. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200083215?marker=7D20K3> (дата обращения: 01.06.2022).
3. Исчезающая речка Судинка и скала Каравай. URL: <https://uraloved.ru/sudinka-i-skala-karavaj> (дата обращения: 23.05.2022).
4. Музеи Пермского края. URL: <https://www.culture.ru/museums/institutes/location-permskiy-kraj> (дата обращения: 30.05.2022).
5. Октябрьские виадуки. URL: <https://uraloved.ru/viaduki> (дата обращения: 23.05.2022).
6. Очерский краеведческий музей им. А.В. Невцетева. URL: <http://nezvmuseum.ucoz.ru/index/ehkspozicii/0-90> (дата обращения: 30.05.2022).
7. Очерский краеведческий музей им. А.В. Невцетева: история, что посмотреть, фото. URL: <https://nashural.ru/dostoprimechatelnosti-urala/permskiy-kraj/ocherskiy-kraevedcheskiy-muzej-im-a-v-netsvetaeva-istoriya-cto-posmotret-foto/> (дата обращения: 30.05.2022).
8. Пермский край в цифрах. 2021: Краткий статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Пермь, 2021. 209 с.
9. Пещера Ординская. URL: <https://uraloved.ru/ordinskaya-peshera> (дата обращения: 23.05.2022).
10. Природа России. URL: <https://vk.com/russia.nature> (дата обращения: 12.05.2022).
11. Туристическое агентство «ПЕРМТУРИСТ». URL: <https://turizm-ural.ru/> (дата обращения: 28.04.2022).
12. Туроператор «Золотой компас». URL: <https://zolotoy-kompas.ru/> (дата обращения: 28.04.2022).
13. Туроператор «Солана». URL: <https://solana-active.ru/> (дата обращения: 28.04.2022).
14. Туроператоры региона Пермский край в едином Федеральном реестре туроператоров России. URL: <https://reestrinform.ru/reestr-turoperatorov/region-101.html> (дата обращения: 28.04.2022).
15. Турфирма «Зеленый ветер». URL: <https://www.zel-veter.ru/> (дата обращения: 28.04.2022).
16. Фото исчезающей речки Судинки и скалы Каравай. URL: <https://uraloved.ru/sudinka-i-skala-karavaj> (дата обращения: 23.05.2022).
17. Фото Октябрьских виадуков. URL: <https://nashural.ru/article/marshruti-ot-znatokov/oktyabrskie-viaduki/> (дата обращения: 23.05.2022).
18. Фото Ординской пещеры. URL: <https://russia.travel/objects/280306/> (дата обращения: 23.05.2022).
19. Я люблю Россию П. URL: <https://t.me/iloveru> (дата обращения: 12.05.2022).

ТУРИСТСКИЙ БРЕНД В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Брендирование территорий и туристских объектов рассматривается в статье как способ развития сельского туризма в Краснодарском крае. Успешный туристский бренд способен привлечь новых туристов, поднять инвестиционный потенциал территории, способствовать развитию инфраструктуры. В рамках статьи рассмотрены ключевые элементы брендинга в туризме и основные принципы сельского туризма. Разработана структура туристского бренда в сельской местности, на ее основе проанализированы существующие бренды Краснодарского края. Проведен опрос потенциальных потребителей. Были выявлены ассоциации жителей России с Краснодарским краем и определена узнаваемость существующих брендов сельского туризма. Также выявлена готовность потенциальных потребителей посещать объекты сельского туризма в регионе. На сегодняшний день в научной и практической туристской деятельности довольно часто обращаются к брендингу отдельных объектов и целых территорий. Сформированный туристский бренд свидетельствует о привлекательности имиджа страны, региона или отдельного туристского места. Задачей бренда территории или объекта туристской индустрии является формирование позитивных ассоциаций. Бренд территории способствует развитию отдельных видов туризма в регионах. Для создания актуальных и продуктивных брендов сельского туризма, необходимо выделить элементы успешного брендинга.

Ключевые слова: сельский туризм, брендинг, бренд, элементы бренда, Краснодарский край.

T. Y. Shumkina N. N. Klimov
Kuban State University

TOURISM BRAND IN THE RURAL AREAS

In the article, branding of territories and tourism facilities is put forward as a way to develop rural tourism in the Krasnodar Territory. The structure of the tourist brand in the countryside has been developed and, on its basis, the existing brands of the Krasnodar Territory have been analyzed. A survey of potential consumers was conducted, aimed at identifying associations with the Krasnodar Territory, determining the recognition of existing brands of rural tourism. To date, in scientific and practical activities in the field of tourism, quite often they turn to the branding of individual objects of tourist activity and entire territories. A successful tourism brand is able to attract additional investment in the infrastructure of the regions. The formed tourist brand indicates the attractiveness of the image of the country, region or individual tourist site. The task of a brand of a territory or an object of the tourism industry is to form positive associations associated with it. The brand of the territory contributes to the development of certain types of tourism in the regions. To create relevant and productive brands of rural tourism, it is necessary to highlight the elements of successful branding.

Keywords: rural tourism, branding, brand, brand elements, Krasnodar region.

Брендинг — это маркетинговая деятельность по созданию и продвижению торговой марки (бренда) с целью формирования долгосрочного предпочтения к ней. Любой брендинг включает в себя три ключевых элемента:

- ассоциативный комплекс торговой марки (включающий в себя все то, что создает позитивный имидж бренда: упоминания бренда, отзывы о нем, узнаваемость),

- идентификационный комплекс торговой марки (элементы брендбука: логотип, название, цвет и цветовая гамма, слоган, позиционирование)

- продвижение торговой марки (веб-сайт, реклама, сотрудничество с другими компаниями отрасли) [4, с. 513–523].

Каждая суботрасль туризма имеет ряд особенностей, формирующих структуру бренда. Сельский туризм, ввиду низкой вовлеченности в туристский кругооборот территорий, требует внимания в системе развития со стороны

Таблица 1

Принципы организации сельского туризма
(составлена авторами на основе [3, с. 54–59])

Природоохранные принципы	<ul style="list-style-type: none"> уважать и оберегать природное разнообразие региона, защищать природную среду от разрушения, определять и контролировать допустимые нагрузки на сельскую территорию, контролировать воздействие туризма на флору и фауну региона.
Социальные принципы	<ul style="list-style-type: none"> сохранить социальный уклад, обеспечить тип, масштаб и темпы развития туризма, гарантирующие защиту и нерушимость культурного многообразия и уклада жизни местного общества, противодействовать формам туризма, обостряющим социальные противоречия, избрать тип, масштабы и темпы роста туризма, которые способствовали бы установлению взаимопонимания с местным населением, соединяя сельский туризм с традиционными видами экономической деятельности региона, способствовать развитию производства и продажи товаров местного происхождения.
Экономические принципы	<ul style="list-style-type: none"> способствовать получению заработка, созданию новых рабочих мест, сдерживать миграцию в город; поддерживать развитие экономического разнообразия региона, препятствовать разрушению / уничтожению традиционных мест проживания.
Культурно-исторические принципы	<ul style="list-style-type: none"> уважительно относиться к местному наследию и культурному разнообразию, поддерживать виды туризма, благотворные для местной культуры и ее популяризации, развивать туризм, избегая при этом штампов и копирования, активно распространять сведения об уникальных культурных особенностях региона.
Удовлетворение потребностей туристов	<ul style="list-style-type: none"> комфортабельное размещение за умеренную цену, местная пища, живописные ландшафты, местные достопримечательности, природа, активные виды отдыха, покупка изделий народных промыслов / сувениров, безопасность путешествия, дружелюбное отношение населения.

брендинга. Для создания и функционирования успешного бренда необходимо указать принципы, на которых основывается сельский туризм. Э. Г. Имескенова выделяет следующие принципы сельского туризма (Табл. 1):

Таким образом, брендинг предприятий в сельских поселениях должен обладать не только элементами бренда, но и отвечать пяти принципам сельского туризма.

Для анализа уже существующих туристских брендов в сфере сельского туризма были выделены отдельные составляющие, которые определяют дестинацию или объект туризма, как бренд сельского туризма. Исходя из существующих подходов, возможно предложение структуры туристского бренда сельских туристских объектов в составе следующих компонентов:

1. Веб-сайт;
2. Логотип, название, цвет и цветовая гамма, слоган, позиционирование;
3. Собственное производство;
4. Сувенирная продукция;
5. Сформированный туристский поток;
6. Упоминания бренда, его узнаваемость.

Наличие Веб-сайта необходимо для реализации и продвижения туристского бренда, эта составляющая несет в себе всю информацию

о предприятии и территории развития туризма, расширяет границы узнаваемости бренда. Брендинг в сельском туризме требует внимания к основным элементам бренда, которые несут в себе эмоциональную окраску и создают образ туристского продукта. Собственное производство и наличие сувенирной продукции является элементом, необходимым для сельского бренда, так как это отвечает основному принципу сельского туризма — удовлетворение потребностей туристов. Сформированный туристский поток, упоминания объекта туризма и отзывы о нем в сети интернет составляют ассоциативный комплекс торговой марки, который является неотъемлемой частью брендинга. Также можно выделить такие элементы бренда в сельской местности, как коллаборация и франчайзинг. Они, хоть и являются необязательными условиями для развития бренда, могут поспособствовать его развитию. Под коллаборацией следует понимать наличие деловых связей между предприятиями сельского туризма, вместе такие объекты могут составлять узнаваемый и активно развивающийся бренд. Франчайзинг, в свою очередь, по определению связан с брендингом, потому что он включает коммерческую деятельность под эгидой готового бренда. Возможно, его

Таблица 2

Анализ брендов сельского туризма Краснодарского края (составлена авторами)

	Центр винного туризма «Абрау-Дюрсо»	Группа компаний «Мацеста чай» Turshu's	Выставочный комплекс «Атамань»	Красная поляна	Туристский маршрут «Золотое кольцо Боспорского царства»
Веб-сайт	+	+	+	+	+
Логотип, название, цвет и цветовая гамма, слоган, позиционирование	+	+	+	+	+
Собственное производство	+	+	+	+	-
Сувенирная продукция	+	+	+	+	-
Сформированный туристический поток	более 250 тыс. чел. ежегодно	Около 71 тыс. чел. (2021 г.)	около 200 тыс. чел. (2017 г.)	720 тыс. человек в горнолыжный сезон 2020-2021 г.	Объекты проекта посетили 2,3 млн. чел. в 2021 г.
Упоминания бренда, его узнаваемость (на основе опроса)	33%	12%	20%	21%	10%

стоит выделять как отдельную форму брендинга в туризме.

На основе выделенных элементов был проведен анализ уже существующих брендов туризма в сельской местности. Предприятия, территории и проекты были отобраны на основе национального рейтинга 2019 г., позволившего апробировать приведенную классификацию (Табл. 2).

Таким образом, все приведенные предприятия, территории и проекты имеют веб-сайты, элементы брендбука и налаженный туристский поток. Собственную и сувенирную продукцию не имеет только туристский маршрут «Золотое кольцо Боспорского царства», хотя большинство предприятий, которые в ходе маршрута посещают туристы, имеет свою продукцию. Стоит отметить, что анализ туристских потоков объектов сельского туризма не может быть достаточно объективным, потому как он зависит от масштабов деятельности предприятия. Кубанские вина, Кубанский борщ, Черноморская хамса, указанные в национальном перечне, занесены в таблицу не были, так как они являются скорее отличительными чертами территории Краснодарского края или потенциалом для создания новых туристских брендов. На сегодняшний день элементами брендинга они не обладают.

Был проведен опрос потенциальных потребителей, направленный на выявление ассоциаций с Краснодарским краем определение узнаваемости уже существующих брендов сельского туризма. В опросе приняли участие 83 человека из 29 регионов РФ, среди них жители 6 республик

(Крым, Адыгея, Бурятия, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия и Удмуртия), 3 краев (Краснодарского, Красноярского, Ставропольского), 18 областей (Волгоградской, Самарской, Кемеровской, Псковской, Челябинской, Курской, Ленинградской, Московской, Новосибирской, Вологодской, Владимирской, Астраханской, Оренбургской, Ростовской, Калининградской, Саратовской, Свердловской, Воронежской), а также жители Москвы и Санкт-Петербурга.

Была выявлена узнаваемость предложенных брендов сельского туризма и занесена в аналитическую таблицу (Табл. 2). Стоит также отметить, что 8% опрошенных не узнали ни один из предложенных брендов.

В ходе опроса выявлены ассоциации опрошенных с Краснодарским краем. Был задан открытый вопрос «С чем у Вас ассоциируется Краснодарский край?». Ответы на него собраны в тематические группы (Рис. 1).

Самым частым представлением о регионе является море, также Краснодарский край часто ассоциируют с югом, теплом и солнцем. Стоит отдельно отметить, что 19 из 83 респондентов указали сельское хозяйство и различные его формы как ассоциацию с предложенным регионом, большинство из них было посвящено виноградарству. Также устоявшимися логическими связями с Краснодарским краем в умах опрошенных оказалась природа, горы, отдых, туризм и курорты. На основе анализа ассоциативного ряда людей, можно выделить устоявшиеся мнения о Краснодарском крае, которые могут

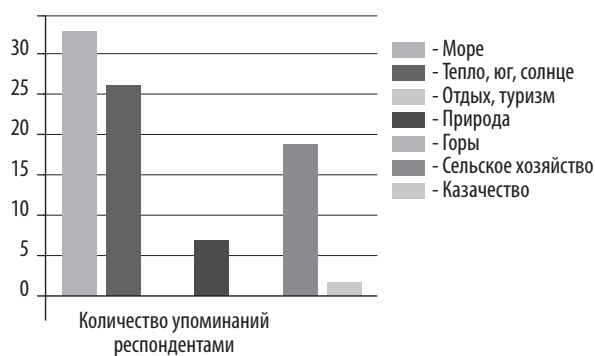


Рис. 1. Ответы респондентов на вопрос «С чем у Вас ассоциируется Краснодарский край?».

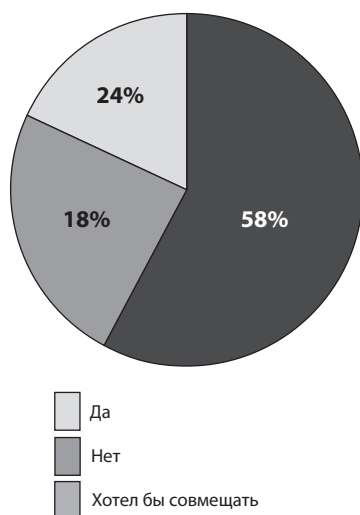


Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос «Готовы ли Вы предпочесть сельский туризм в Краснодарском крае пляжнокупальному отдыху?»

лечь в основу новых успешных туристских брендов, в том числе и сельских.

В вопрос на устойчивые выражения о Краснодарском крае ответил 31 респондент из 83. Наиболее часто указываемым выражением оказалось «Если есть на свете рай — это Краснодарский край», она фигурировала 23 раза, данную фразу можно считать наиболее устоявшимся образом региона. Двое респондентов указало «Курорты Краснодарского края», это является брендом региона, однако как показывает опрос, в сознании респондентов оно на сегодняшний день не устоялось. Также 6 раз было указано на выражение «Житница России», оно могло бы стать названием нового туристического бренда сельского туризма Краснодарского края, объединяющего несколько территорий региона.

В ходе опроса была выявлена готовность потенциальных туристов принять сельский туризм как альтернативу пляжно-купальному отдыху (Рис. 2).

15 из 83 респондентов не готовы отказаться от пляжно-купального отдыха, 20 опрошиваемых интересуется сельским туризмом, а большинство, т.е. 48 человек, хотели бы совмещать данные виды туризма.

Таким образом, опрос потенциальных потребителей показал, что сельский туризм в Краснодарском крае интересует население. Многие из существующих на данный момент брендов сельского туризма являются узнаваемыми среди россиян с других регионов страны. Были выявлены ведущие ассоциации с Краснодарским краем, внушительная часть которых может быть отнесена к сельскому туризму. Процесс брендинга территорий и отдельных туристских объектов сельского туризма находится на стадии зарождения, но обладает высоким потенциалом для дальнейшего развития.

Шумкина Татьяна Юрьевна,

студентка 3 курса направления «туризм»,
Кубанский государственный университет;
tanyashumkina20@gmail.com

Климов Никон Николаевич,

преподаватель кафедры международного туризма и менеджмента, директор учебно-научной базы «Бетта»,
Кубанский государственный университет;
nikont.t@mail.ru

Библиографический список

1. Заднепровская Е.Л. Опыт брендинга туристской территории на примере Краснодарского края / Е.Л. Заднепровская, Т.А. Джум, В.С. Лашин // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов : материалы научно-практической конференции, Донецк, 30–31 октября 2019 года / Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики. Донецк: Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, 2019. С. 588–592.
2. Именскова Э.Г. Развитие сельского и экологического туризма [Текст] / Серия обучающих пособий «RUDECO Переподготовка кадров в сфере развития сельских территорий и экологии» М., 2012. С. 54–59.
3. Казначеева С.Н. Формирование туристического бренда // Проблемы социально-экономического развития. 2018. С. 45–50.
4. Конкурс «Топ 1000 локальных культурных туристических брендов России» 03.11.2020 // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. URL : <https://tourism.gov.ru/news/16959/> (дата обращения: 20.03.2022).
5. Левочкина Н.А. Региональные туристические бренды России как инструмент глокализации социально-экономических процессов // Россия и Европа. Единое экономическое пространство: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, 2010. С. 426–428.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. — СПб: Питер, 2016. 416 с.
7. Терентьев Ю.В. Комплекс брендинга // Современный стиль управления. Сб. науч. ст. Издательство: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2016. С. 513–523.

АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

В. М. Кицис, М. С. Плотникова

УДК 913

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва

ГЕОГРАФИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКИХ МАКРОРЕГИОНАХ МИРА

Двадцать первый век — это век модернизаций и инноваций, которые происходят абсолютно во всех сферах жизнедеятельности человека, включая туризм. Одной из инноваций в туризме следует считать экстремальный туризм, который развивается вглубь (постоянно совершенствуется в техническом плане) и вширь (появляются все новые и новые разновидности экстремальных видов туризма). Зародившись в Европе, экстремальный туризм перешагнул ее границы и достаточно широко распространился по всему земному шару. При этом следует отметить, что разные страны и регионы мира специализируются на тех или иных видах экстремального туризма. Вместе с тем Европейский, Американский и Азиатско-Тихоокеанский туристские макрорегионы характеризуются развитием практически всех известных видов экстремального туризма, тогда как в силу ряда причин (низкий в целом уровень развития туризма в макрорегионе, плохая материально-техническая база туризма и недостаточная степень развития туристской инфраструктуры, отсутствие соответствующих природных условий, недостаточное внимание со стороны руководства ряда стран к развитию туристской отрасли и др.) в Африканском и Ближневосточном макрорегионах получили популярность лишь отдельные виды экстремального туризма. Цель статьи — рассмотреть географию экстремальных видов туризма по туристским макрорегионам за исключением России и других стран, ранее входивших в Советский Союз.

Ключевые слова: туризм, туристский макрорегион, экстремальный туризм, наземный туризм, водный туризм, воздушный туризм, горный туризм.

V. M. Kitsis, M. S. Plotnikova

Mordovian State University named after N. P. Ogarev

GEOGRAPHY OF EXTREME TOURISM IN THE TOURIST MACRO-REGIONS OF THE WORLD

The twenty-first century is a century of modernization and innovation that takes place in absolutely all spheres of human life, including tourism. One of the innovations in tourism should be considered extreme tourism, which develops in depth (it is constantly being improved in technical terms) and in breadth (more and more new varieties of extreme types of tourism appear). Having originated in Europe, extreme tourism has crossed its borders and spread quite widely throughout the globe. It should be noted that different countries and regions of the world specialize in certain types of extreme tourism. At the same time, the European, American and Asia-Pacific tourist macro-regions are characterized by the development of almost all known types of extreme tourism, while for a number of reasons (the generally low level of tourism development in the macro-region, the poor material and technical base of tourism and the insufficient degree of development of tourism infrastructure, lack of appropriate natural conditions, insufficient attention on the part of the leadership of a number of countries to the development of the tourism industry, etc.) in the African and Middle Eastern macroregions, only certain types of extreme tourism have become popular. The purpose of the article is to consider the geography of extreme types of tourism by tourist macro-regions with the exception of Russia and other countries that were previously part of the Soviet Union.

Keywords: tourism, tourist macroregion, extreme tourism, land tourism, water tourism, air tourism, mountain tourism.

На сегодняшний день значительное количество людей проявляют все больший интерес к активному виду отдыха, отличному от классического организованного путешествия, предпочитая туризм с приключениями. Человек хочет чувствовать и переживать очень яркие эмоциональные перегрузки, скорость и дерзость в выполнении невероятных порою, связанных с риском для жизни, спортивных упражнений. Эти виды туризма называются экстремальными. Экстремальным туризмом является спорт для храбрых и бесстрашных людей. Преодолевая сложности, люди доказывают себе насколько неисчерпаемы их возможности, испытывают свой характер.

Туризм отличается абсолютно от всех других видов отдыха, тем, что каждый находит в нем то, что желает сам. Одним нравится отдыхать в горах, другим на море, а третьи — преодолевают свои страхи выбирая экстремальный туризм. В наше время многим жителям развитых стран, стало не хватать острых впечатлений, поэтому активные виды отдыха набирают все большую известность, развиваются быстрыми темпами.

Экстремальный туризм требует не только хорошей физической подготовки, но и храбрости, бесстрашия, целеустремленности. Люди, имеющие, такие качества готовы рискнуть и взамен получить запоминающиеся чувства, яркие эмоций, красочные впечатления от природы, гор и моря. Все виды экстремального туризма требуют определенных навыков, соответствующего снаряжения, опыта и высокого мастерства.

А. Ю. Александрова выделяет 5 видов экстремального туризма: наземный, водный, воздушный, горный и экзотический [2, с. 8]. При этом каждый из них делится на подвиды. Так, М. А. Акимов и Д. А. Рубан предлагают выделяют 8 водных, 9 наземных, 8 воздушных, 10 горных и 3 экзотических направления экстремального туризма [1, с. 100].

В той или иной степени распространение отдельных видов экстремального туризма в мире рассмотрено в работах А. Ю. Александровой [2], В. С. Бакулевой и А. В. Кутышевой [3], В. И. Кружалина с соавторами [5], многочисленных Интернет-источниках.

Экстремальный туризм зародился в странах Европы, поэтому не удивительно, что именно здесь его различные виды получили наибольшее развитие. Также следует отметить достаточно высокий уровень развития экстремального туризма в Азиатско-Тихоокеанском и Американском регионах.

Европейский туристский макрорегион

В Европе водный туризм является весьма популярным видом туризма. Особое место

занимает рафтинг. Это один из экстремальных видов спорта для туристов всех возрастов. В Италии им занимаются в долине Валь ди Соле. Это самая солнечная долина с великолепными горными реками. Огромной популярностью пользуется рафтинг в Черногории по каньону реки Тары. Это самый глубокий и красивый каньон в Европе, включенный в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Хорватия тоже представляет огромный интерес для занятий рафтингом. Реки здесь (Зрманя, Омиш, Купа, Цетина) удивительные по своей красоте, но с множеством крутых порогов [8, с. 19].

Дайвинг в европейских странах приурочен в основном к Средиземному морю. Особой популярностью пользуются подводные погружения на Мальтийском архипелаге, в окружающих его водах затонуло много кораблей и самолетов. Любителей экстремального дайвинга привлекает разлом Сильфра в Исландии.

В Португалии (Назаре), во Франции (Биарриц), в Греции (острова и побережье Эгейского моря) имеются хорошие возможности для серфинга. Виндсерфинг стал весьма популярен на Эгейском море в Греции и Турции, на Черном море в Турции, в Хорватии (от Истрии до Далмации).

Среди наземных видов экстремального туризма в Европе выделяется спелеотуризм. Пещеры представляют большой научный и познавательный интерес для спелеотуристов. Они весьма разнообразны по происхождению, протяженности, глубине. Самые известные пещеры для спелеотуризма находятся в Альпах. Например, в Австрии расположена глубочайшая пещера мира — Лампрехтс-офен, уходящая в глубь земли на 1634 м. Вторая по глубине пещера Жан-Бернар находится во французских Альпах (глубина 1602 м). Одна из самых красивых в мире пещер — Пьер Сен-Мартин (длина 51 км, глубина 1350 м) — расположена в Пиренеях на границе Франции и Испании [8, с. 21]. Кроме них выделим пещеры Зегротте и Танталовую в Австрии, Духлата и Райчова-Дупка в Болгарии, Дехенская и Лейхтвейса в Германии, Ла-Пасьега и Эль-Кастильо в Испании, Постойнска-Яма и Шкоцьянска-Яма в Словении, Масабель и Мирольда во Франции и др.

К горным видам экстремального туризма относятся альпинизм, горные лыжи и сноуборд. В Европе туристы стремятся покорить самую высокую вершину Альп гору Монблан. В швейцарских Альпах туристов привлекает гора Маттерхорн, в Австрии — Тироль, в Италии — вершины Доломитовых Альп, во Франции — Вердон Гранд Каньон, в Словакии — Высокие Татры. Кроме того,

альпинизмом и скалолазанием можно заниматься в Норвегии, Швеции, Германии, Словении и других странах Европы.

Самые популярные горнолыжные курорты находятся в Альпах, где в начале XX в. был осуществлен первый спуск по горному склону. Так, Франция насчитывает более 400 горнолыжных курортов с 6 тыс. км оборудованных склонов [5, с. 21]. Среди горнолыжных курортов в европейских странах выделяются Зёльден (Австрия), Давос (Швейцария), Межев (Франция), Винтерберг (Германия), Брёй-Червиния (Италия) и др. Имеется горнолыжный курорт и в Израиле — Хермон. Быстро развиваются горнолыжные центры и в северных европейских странах — Норвегии, Швеции, Финляндии, что позволяет европейцам продлить горнолыжный сезон. В летний период европейцев привлекают горнолыжные курорты, расположенные в южном полушарии, где зимними месяцами являются июнь–август (Чили, Новая Зеландия) [5, с. 20].

Для сноубордистов в Европе созданы прекрасные условия. Наибольшее развитие сноуборд получил в Альпах. Здесь можно выделить Францию (Аворья, Лез-Арк, Валь Торанс, Тинь, Шамони-Мон-Блан и др.), Австрию (Санкт-Антон, Майрхофен, Заальбах-Хинтерглемм), Швейцарию (Лакс, Вербье, Зас-Фе), Италию (Валь-Гардена). Финляндия известна всем сноубордистам своим курортом в Руке.

Воздушный экстремальный туризм хорошо развит в европейских странах. Например, одними из лучших мест для дельтапланеризма и парапланеризма в Европе считаются альпийский Тироль в Австрии, горы в Швейцарии, итальянские и французские Альпы, а также Скалистые горы в Черногории, гора Крвавец в Словении, гора Тегельберг в Германии, гора Бабадаг в Турции.

Азиатско-Тихоокеанский туристский макрорегион

В регионе водный туризм характеризуется высоким уровнем развития и разнообразием предоставляемых услуг. Дайвинг, вейкбординг, водные лыжи, серфинг, рафтинг — все они очень популярны у туристов. Однако самым популярным и востребованным видом экстремального туризма в странах АТР является дайвинг. В странах Юго-Восточной Азии (Малайзия, Филиппины, Индонезия и др.) почти на любом курорте предлагается высококлассный дайвинг. Также весьма привлекательны для дайвинга Бирюзовая бухта в Западной Австралии, Большой Барьерный риф (Австралия), Мальдивские острова и др.

Занятия серфингом популярны в Австралии. В Сиднее и Байрон-Бей природные условия

подходят для занятия серфингом. Самыми лучшими местами для серфинга в АТР являются Шри-Ланка, Гоа, Пхукет, Бали и Филиппины. Здесь развита инфраструктура для данного вида отдыха и есть специальные школы серфинга на побережьях. Лучшее время считается весна и осень — большая вероятность застать хорошие волны [9, с. 18].

Рафтинг получил развитие в таких странах АТР, как Китай (река Янцзы), Австралия (реки Норт-Джонстон, Нимбойда, Талли), Таиланд (реки Мае Кок и Пханг-Нга), Индия (реки Инд, Ямуна, Каменг и др.) и пр. Вместе с тем для подготовленных и опытных рафтеров интерес представляют горные реки Сан Кози, Трисули и другие в Непале.

Вейкбординг (выполнение различных трюков на доске, прикрепленной к катеру) получил наибольшее развитие в странах Азии. Среди них можно выделить Таиланд (более десятка оборудованных парков — Тайский вейк-парк Лумлукка, вейк-парк Паттайя, Занук вейк-парк, Пхукет вейк-парк и др.), Филиппины (комплекс водных видов спорта Камсур, вейк-парк в Каламбе), Индонезию (вейк-парк Батам, вейк-парк на Бали).

Достаточно большое количество пещер в разных странах АТР содействуют развитию спелеотуризма в регионе. Следует отметить пещеры в следующих странах: Австралия (Дженолан, Мамонтова пещера, Наракортские пещеры), Вьетнам (Шондонг, Тхьендыонг), Индия (Амарнатх, Барабарские пещеры, Эдаккал, Скальные жилища Бхимбетка), Китай (Пещера тростниковой флейты, Фужун, Чжижэньдун, Шуанхэдун, Эрвандун), Лаос (Вьенгсай, Паку), Малайзия (Лубанг Насиб Багус, Гуа-Эир-Джерних), Новая Зеландия (Ваитомо), Таиланд (Тхамлуангнангнон), Филиппины (Бангао, Опдас, Тинонгчол).

Горные системы АТР (Гималаи, Каракорум, Кунь-Лунь, Гиндукуш, Памир и другие) обусловили высокий уровень развития в этом регионе горного туризма. Например, в Гималаях насчитывается 130 вершин высотой более 7 тыс. м [6]. Всего в горных системах Азии насчитывается 14 восьмитысячников, из них 10 расположены в Гималаях (именно здесь расположена высочайшая вершина мира — гора Эверест (Джомолунгма) высотой 8848 м) и 4 — в Каракоруме [7].

Настоящий рай для альпинистов — Непал, так здесь находятся 8 вершин, высота которых превышает 8 тыс. м (Эверест, Лхоцзе, Чо Ойю, Макалу, Канченджанга, Манаслу, Аннапурна, Дхаулагири). Интерес к Непалу постоянно возрастает, поскольку на территории страны есть много вершин, на которые люди никогда не поднимались. В последние годы

быстро развивается альпинизм в Индии, где туристов привлекают горы Нанда Деви, Нанда Гунти, Камет, Дунагири и др. В Китае также созданы хорошие условия для покорения горных вершин — Эвереста, Чогори (пик К 2), Броуд-пик, Шишабангма и пр. В Пакистане встречаются три горные системы — Гималаи, Каракорум и Гиндукуш, что служит основой для развития альпинизма. В стране 5 вершин высотой более 8 тыс. м (все находятся на границе с соседними странами) и 121 вершина, отметка которых превышает 7000 м [7]. Также, как и в Непале, в Пакистане много гор, остающихся непокоренными до сих пор.

В числе горных вершин, расположенных в других странах АТР, выделим такие горы, как Кук (Новая Зеландия), Фудзияма (Япония), Косцюшко (Австралия), Пирамида Карстенса (Индонезия).

Горнолыжный туризм и сноуборд в АТР достаточно развиты. География горнолыжных курортов весьма широка. Однако наибольшее число курортов расположено в Японии (всего около 600 курортов, среди них Наэба, Гала-Юдзава, Кагура, Нисеко и т. д.) и Китае (всего около 350, включая Чанбайшань, Ябули и пр.). Всемирную известность имеют также отдельные горнолыжные курорты в других странах — в Южной Корее (Муджу, Енпхен, Хай-1, Феникс-парк и др.), Австралии (Перишер, Шарлотт-Пасс, Фоллс-Крик и др.), Новой Зеландии (Факапапа, Туроа, Требл Коун, Корнет Пик и пр.), Индии (Гульмарг) и др.

Среди азиатских стран, где развит воздушный экстремальный туризм, выделяются Индия и Непал. Столицей парапланеризма в Индии является Бир-Биллинг (штат Химачал-Прадеш). Здесь неоднократно проводились Чемпионаты мира по данному виду спорта. В Непале основным местом полетов на параплане является Покхар, а парапланеризмом лучше всего заниматься в период с сентября по начало июня.

Американский туристский макрорегион

В Американском макрорегионе также имеются хорошие условия для развития рафтинга. Самым лучшим считается рафтинг в Северной Америке в горах Канады и на Аляске. Рафтинг по реке Колорадо понравится абсолютно всем является мечтой многих туристов. Это не только порция адреналина, но и возможность полюбоваться красивой природой Гранд-Каньона. Одной из лучших в мире для занятий рафтингом считается река Пакуаре в Коста-Рике (Центральная Америка). В Чили прекрасные возможности для занятия рафтингом имеются на реке Футалеуфу. Великолепные условия развития дайвинга имеются на Кубе и других

островах Карибского бассейна, Гавайях. Популярен в Америке и серфинг. Так, во Флориде погодные условия как нельзя оптимально подходят для этого вида туризма [8, с. 19].

Атлантическое и Тихоокеанское побережья Северной и Южной Америки весьма популярны у серфингистов всего мира. Внимание любителей серфинга достойны Карибское побережье Колумбии (Паломино), Мексики (Саюлита), Барбадоса и других островов Карибского бассейна, северное побережье Перу (Кабо-Бланко и Паник-Пойнт), Южная Калифорния и Гавайи в США и др.

Страны Карибского бассейна (Куба, Доминиканская Республика, Ямайка и др.) являются традиционными местами дайвинг-туризма в Американском регионе. Однако прекрасные возможности для занятия дайвингом имеются в Бразилии (Фернандо-де-Норонья), Мексике (Пуэрто-Вальярта, бухта Бандерас), Белизе (подводная воронка «Голубая дыра»). Дайвингом можно заняться и в США — остров Санта-Каталина (Лос-Анджелес, Калифорния), на Юконе (Сан-Диего, Калифорния) и морской заповедник Флауэр Гарден Бенкс (Техас) и др.

Пещеры Американского макрорегиона также служат основой для развития спелеотуризма. Популярностью у туристов пользуются пещеры Куэва-де-лас-Манос в Аргентине, Абисму-Гуй-Колет и Тока-да-Боа-Виста в Бразилии, Бельямар на Кубе, Окс-Бель-Ха и Сак-Актун в Мексике, Пикимачай и Токепала в Перу, Казумура, Лечугилья и Мамонтова в США.

Для осуществления восхождений на вершины гор в Американском туристском макрорегионе имеются благоприятные условия, созданные самой природой — через оба материка вдоль Тихоокеанского побережья с севера на юг протянулись Кордильеры и Анды. Любителей альпинизма в США прежде всего привлекают горы штата Аляска, где расположены 10 из 11 самых высоких гор страны [7] и, в первую очередь, самая высокая вершина Северной Америки Мак-Кинли. Кроме них в США популярны для альпинистов такие вершины, как Маунт Худ (штат Орегон), Пайкс и Капитолийский пик (Колорадо), Рейнир (Вашингтон), Гранд-Титон (Вайоминг), Уитни (Калифорния) и др.

В Канаде альпинизм является одним из самых популярных видов экстремального туризма. Наиболее известные вершины для покорения находятся в провинциях Британская Колумбия (Уоддингтон, Робсон, Гарибальди), Альберта (Атабаска, Виктория), Юкон (Логан — самая высокая гора Канады).

Также интерес для горовосходителей представляют вершины Пико-де-Орисаба (Мексика), Аконкагуа (самая высокая вершина не только Южной Америки, но и всего Американского

континента), Монте-Писсис, Боне Чико, Мерседарио и др. (Аргентина), вулканы Охос-дель-Саладо и Льюльяльяк (расположены на границе Аргентины и Чили), Трес-Крусес (Чили), Уаскаран и Йерупаха (Перу) и многие другие вершины.

В Северной Америке среди парапланеристов наиболее известен Штат Техас (США). Здесь есть ряд мест, пригодных для полетов на параплане — Даллас, Хьюстон, побережье Мексиканского залива и другие места.

Африканский туристский макрорегион

В Африке основные центры водного туризма находятся на побережье Средиземного моря в Тунисе и Алжире. В ЮАР экстремалов привлекает дайвинг с белыми акулами. Воды Индийского океана, омывающие Сейшельские острова, являются прекрасным местом для занятия дайвингом. Островное государство Сан-Томе и Принсипи также весьма популярно в дайверов. Дайвингом можно заниматься не только в морях и океанах, омывающих Африку, но и, например, на озере Малави, на дне которого имеются пещеры и скальные формирования. Истинным раем для серферов в Африке считается Марокко, а марокканский залив Дахла представляет идеальные условия для занятия кайтсерфингом. Прекрасные условия для занятий виндсерфингом имеются на острове Сал в Кабо-Верде, а дайвингом — на острове Занзибар (Танзания).

Среди рек африканского континента особой популярностью у рафтеров пользуются реки южной части Африканского континента. Так, на реке Замбези в Зимбабве неоднократно проходил чемпионат мира по рафтингу [8, с. 19]. Однако и в Северной Африке можно осуществлять сплавы, например, по реке Омо в Эфиопии.

В Африке немало пещер, привлекающих туристов: в Марокко (Геркулесовы пещеры, Джебель-Ирхунд, Тафоральт), Алжире (Ану Буссуйль, Ану Иффлис, Дахредж Гхар Кеф), ЮАР (Бломбос, Дипклоф, Стеркфонтейн, Пещера чудес), Намибии (Драхенхаухлох), Кении (Энкапуне-Я-Муто).

Альпинизм в Африке не относится к развитым видам экстремального туризма в следствие особенностей рельефа этого региона. Высшей точкой Африканского континента является гора Килиманджаро, расположенная в Танзании. Эта гора привлекает массу альпинистов в силу того, что восхождение на нее не требует особых технических навыков. Восхождения также совершаются на вершины Моунт (Кения), Муландже (Малави), Тубкаль (Марокко), Меру (Танзания), Рас-Дашен (Эфиопия), Столовая гора (ЮАР).

В ЮАР любители воздушного экстремального туризма могут заняться парапланеризмом, а в Кении осуществить полёт на воздушном шаре над Масаи-Мара.

Ближневосточный туристский макрорегион

Северное побережье Средиземного моря и Красное море в Египте — одни из лучших мест в мире для занятий дайвингом. В Египте, кроме дайвинга, популярен виндсерфинг, места для которого находятся в Дахабе, Хургаде, Шарм-Эль-Шейхе и др. В других странах макрорегиона, имеющими выход к Средиземному и Красному морям и Персидскому заливу (Ливия, Ливан, Сирия, Иордании, ОАЭ, Катар и т. д.) весьма популярны дайвинг, виндсерфинг и прочие виды водного туризма.

Условия для развития горнолыжного туризма в Ближневосточном регионе не благоприятны не столько с точки зрения рельефа, сколько вследствие природно-климатических условий региона. Однако и здесь имеются горнолыжные курорты. Так, в Иране расположен курорт Дизин — один из самых высокогорных горнолыжных курортов в мире, а в Израиле действует курорт Хермон. Славится своими горнолыжными курортами и Ливан (Канат-Бакиш, Кедарс, Лаклук, Факра и др.). Следует также выделить первый горнолыжный комплекс на Ближнем Востоке под крышей — Ski Dubai в эмирате Дубай.

Для развития спелеотуризма в макрорегионе меньше пещер, чем в других туристских макрорегионах. Вместе с тем отметим пещеры Джейта и Кзар-Акил (Ливан), пещера Пловцов (Египет), Хира (Саудовская Аравия).

В ближневосточном макрорегионе не так много горных вершин, привлекающих альпинистов. В числе наиболее значимых можно выделить вершины Джебель Катарина и Синай или гора Моисея (Египет), Джабаль ан-Наби Шуайб (Йемен), Курнат ас-Савда (Ливан).

Таким образом, в статье рассмотрено распространение основных видов экстремального туризма по туристским макрорегионам, выделяемых ЮНВТО. Уровень развития и география отдельных видов экстремального туризма по регионам мира характеризуются неравномерностью. Наиболее развит и широко распространён по всем туристским макрорегионам мира водный туризм, что вызвано как историческими (люди еще с древности использовали водные пути для перемещения на другие территории), так и экономическими (оборудование и снаряжение для данного вида туризма дешевле, чем для многих других) причинами.

Развитие разных видов экстремального туризма будет продолжаться не только

в ближайшей, но и в отдаленной перспективе. Число экстремалов постоянно растет, а на планете еще немало загадочных и опасных мест, которые будут привлекать любителей экстрима. В связи с этим изучение географии экстремального туризма в мире позволит проектировать соответствующие туристские продукты для удовлетворения растущих потребностей.

Кицис Вячеслав Михайлович,

к. геогр. н., доцент кафедры туризма,
Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет им. Н. П. Огарёва;
vkitsis@mail.ru

Плотникова Маргарита Сергеевна,

студентка 4 курса направления подготовки «Туризм»,
Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет им. Н. П. Огарёва;
marg.liubimova@ya.ru

Библиографический список

1. Акимов М. А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации / М. А. Акимов, Д. А. Рубан // Географический вестник. 2016. № 1 (36). С. 95–103.

2. Александрова А. Ю. Международный туризм: учеб.-метод. пособие / А. Ю. Александрова. Москва : Аспект Пресс, 2002, 470 с.

3. Бакулева В. С. Экстремальные виды туризма как одно из популярных направлений современного туризма / В. С. Бакулева, А. В. Кутышева // Университетский вестник. 2017. № 3. С. 103–107.

4. География распространения видов экстремального туризма. URL: <https://infopedia.su/21xc766.html> (дата обращения: 11.09.2022).

5. География туризма : учеб. пособие / В. И. Кружалин, Н. С. Мироненко, Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина; под общей редакцией В. И. Кружалина. Москва : Кнорус, 2014, 336 с.

6. Горные хребты в Азии. URL: https://spravochnick.ru/geografiya/osnovnye_gornye_hrebty_i_gornye_sistemy_mira/gornye_hrebty_v_azii/ (дата обращения 31.07.2022).

7. Мир увлечений. — URL: <https://moiextrim.ru> (дата обращения 30.07.2022).

8. studwood.net: учебные материалы. URL: https://studwood.net/1183540/turizm/geografiya_ekstremalnogo_turizma_rossii (дата обращения: 29.07.2022).

9. trinity: активный отдых. URL: <https://trinitykazan.ru/parks/geografiya-populyarnyh-mest-dlya-serfinga-serfing-zimoi/> (дата обращения: 29.07.2022).

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРИРОДНОГО ЗАКАЗНИКА «ПИЖЕМСКИЙ»: РЕСУРСЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Экологический туризм — один из динамично развивающихся за последнее время видов туризма в России. Кировская область не является исключением. В регионе имеются необходимые ресурсы для его развития. В данной статье рассмотрены особенности организации экологического туризма на территории государственного природного заказника «Пижемский», расположенного в Кировской области в нескольких муниципальных образованиях. Авторами была проанализирована и изложена общая характеристика природного объекта с его расположением, возможностями для организации различных рекреационных занятий, изучены природные ресурсы, необходимые для организации туристско-рекреационной деятельности. Дана характеристика действующих ограничений, которые возможны на территории изучаемой ООПТ. Особое внимание уделено нормативно-правовому обеспечению экологического туризма, который является ведущим для данной территории. Наиболее подробно рассмотрен ГОСТ Р 56642-2015. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования.: дано понятие экологического туризма, представлена классификация экологических туров.

Ключевые слова: туристско-рекреационная деятельность, экологический туризм, заказник «Пижемский».

P. A. Ovechkina, A. I. Smetanina

Vyatka State University

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF ECOLOGICAL TOURISM ON THE BASIS OF THE STATE NATURE RESERVE «PIZHEMSKY»: RESOURCES AND LIMITATIONS

Ecological tourism is one of the most dynamically developing types of tourism in Russia in recent years. The Kirov region is no exception. The region has the necessary resources for its development. This article discusses the features of the organization of ecological tourism on the territory of the state nature reserve «Pizhemy», located in the Kirov region in several municipalities. The authors analyzed and outlined the general characteristics of the natural object with its location, opportunities for various recreational activities, studied the natural resources necessary for the organization of tourist and recreational activities. The characteristic of the existing restrictions that are possible on the territory of the studied protected area is given. Special attention is paid to the regulatory and legal support of ecological tourism, which is the leading one for this territory. GOST R 56642-2015 Tourist services. Ecological tourism. General requirements is considered in the most detail: the concept of ecological tourism is given, the classification of ecological tours is presented.

Keywords: tourist and recreational activity, ecological tourism, the state nature reserve «Pizhemy».

Введение. Экологический туризм — это прежде всего путешествия, во время которых туристы не наносят ущерб окружающей среде и как отдельное направление данный вид является важной составляющей развития туризма в целом. По данным Ростуризма

за 2021 год примерно 10,6 млн человек посетили федеральные заповедники, заказники и национальные парки, а общий прирост составил 58% [16].

Исходя из этих данных, экологические туры набирают популярность и соответственно необходимо развивать новые виды

туристско-рекреационной деятельности для притока новых туристов.

Кировская область обладает большим потенциалом для развития экологического туризма. Самым ярким доказательством является заказник «Пижемский», который обладает огромным количеством ресурсов для данного вида туризма. Актуализация вопросов туристско-рекреационного проектирования с учётом действующих ограничений и ресурсов — проблема, которая поднимается в данной статье. Необходимо разобраться в данном вопросе детально, с целью развития и популяризации данного направления туризма не только в пределах заказника, но и на территории Кировской области в целом. Цель заключается в выявлении особенностей организации туристско-рекреационной деятельности на территории заказника «Пижемский».

Для ее реализации были поставлены следующие задачи:

- 1) проанализировать имеющиеся ресурсы и ограничения для экологического туризма на территории заказника «Пижемский»;
- 2) изучить нормативно-правовые документы, регламентирующие туристско-рекреационную деятельность в пределах заказника.

При работе над данной статьей была задействована следующая методология:

- 1) методы анализа и синтеза использовались для выявления потенциала территории;
- 2) метод классификации дал четкое представление основных видов рекреационной деятельности для определения наиболее важных.

Для того, чтобы приступить к исследованию проблемы необходимо сделать обзор научных статей, в которых поднимался вопрос развития экологического туризма, в частности на территории Кировской области. Так, например, авторами А. А. Веприковой, Ю. А. Колесовой, был проведен анализ развития экологического туризма в Кировской области с помощью балльно-рейтинговой оценки туристского потенциала [10]. М. Е. Васенина и А. С. Матушкин, исследовали особенности формирования кластера экологического туризма в Кировской области и его дальнейшие перспективы, а также разработали примерную модель кластера [9].

В статье Е. В. Конышева были раскрыты особенности развития экологического туризма в Кировской области, предложен проект Всеявской туристской тропы, сосредотачивающий в себе множество природных и культурных объектов показа [11].

Авторы Лелекова Е. В., Краева Е. В. обосновали использование экологической тропы на территории ООПТ «Медведский бор», проанализировав имеющиеся ресурсы на данной

территории, которые являются частью экономики впечатлений [13].

Е. В. Конышев и А. А. Веприкова в своей статье рассматривали основные этапы проектирования экологического тура, а именно оценку туристско-рекреационного потенциала, проектирование нитки маршрута, разработку программы обслуживания, калькуляцию тура. Также в работе был спроектирован экологический маршрут на территориях природного заказника «Пижемский» и «Бушковский лес» [12].

Значимой частью работы является рассмотрение теоретического материала по экологическому туризму, поэтому обратимся к ГОСТу Р 56642–2015. Согласно данному нормативно-правовому документу, экологический туризм — 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].

Также нужно рассмотреть еще ряд нескольких понятий из данного государственного стандарта. Экологический тур — комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, а также экскурсионные услуги, основными целями которых является посещение природных зон в целях охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов [4].

Согласно ГОСТ Р 56642–2015, экологические путешествия объединяются в группы со схожими признаками, поэтому представим их классификацию (таблица 1).

Результаты исследования. Для организации туристско-рекреационной деятельности необходимо рассмотреть имеющиеся ресурсы, поэтому проанализируем территорию Пижемского заказника на наличие объектов экологического туризма.

Государственный природный заказник «Пижемский» располагается на территории Арбаского, Котельничского, Пижанского, Тужинского и Советского районов Кировской области. Территория заказника имеет вытянутую форму с северо-запада на юго-восток вдоль реки Пижмы вниз по течению с поворотом на юго-восток по р. Немде, впадающей в р. Пижму. Площадь заказника составляет 30 847,94 га. На территории заказника располагаются такие природные объекты, как пещера Киров-600, скальный массив «Камень», Берсвятский водопад, скала «Часовой» и не только. Благодаря уникальной природе здесь обитают редкие и животные, занесённые в Красную книгу, среди таких выделяют медянку, беркута,

Таблица 1

Классификация экологических туров

Параметр	Классификация
По целям путешествия	<ul style="list-style-type: none"> ▪ на наблюдение и приобщение к «дикой» или «окультуренной» природе (с элементами экологического образования и воспитания); ▪ отдых на природе с эмоциональными, эстетическими целями; ▪ лечение с применением/использованием природных факторов; ▪ экологические туры с приключенческими и спортивными целями.
По видам	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ботанические, зоологические, геологические туры (посещение парков, особо охраняемых территорий); ▪ научно-познавательные туры; ▪ спортивные туры; ▪ рекреационные туры; ▪ оздоровительные туры и др.
По числу туристов	<ul style="list-style-type: none"> ▪ на групповые; ▪ индивидуальные.
По форме организации	<ul style="list-style-type: none"> ▪ на организованные; ▪ самостоятельные.
По способу организации	<ul style="list-style-type: none"> ▪ на активные (связанные с преодолением туристами естественных препятствий при прохождении экотуристских маршрутов); ▪ пассивные (стационарное пребывание в природной среде).
По способу передвижения	<ul style="list-style-type: none"> ▪ на водные; ▪ пешеходные; ▪ лыжные; ▪ конные и др.
По объектам посещения	<ul style="list-style-type: none"> ▪ природные комплексы; ▪ отдельные объекты неживой природы, геоморфологические, гидрологические и другие объекты (отдельные горы и каньоны, пещеры, водопады, озера и реки и др.), а также палеонтологические находки; ▪ уникальные растительные сообщества и биоценозы в целом, например, леса, степи, тундра в разные времена года; ▪ культурные, этнографические, археологические и исторические достопримечательности.
По месту проведения	<ul style="list-style-type: none"> ▪ на экологические туры в границах особо охраняемых территорий (акваторий); ▪ экологические туры вне границ особо охраняемых территорий (акваторий).

филина и многих других обитателей [14].

Также в ходе рассмотрения наличия ресурсов был проведен анализ циклов рекреационной деятельности для того, чтобы понять наиболее приоритетные виды деятельности для данной территории (таблица 2).

Исходя из перечисленного можно сделать вывод, что заказник «Пижемский» обладает высоким потенциалом для развития экологического туризма, так как имеет для этого все необходимые природные ресурсы.

Территория заказника «Пижемский» относится к особо охраняемой природной территории (ООПТ), а значит на нем существуют определенные ограничительные меры. Среди таких можно отметить следующие:

1) промышленное рыболовство и подводная охота.

2) проезд всех видов механических транспортных средств и внедорожной самоходной техники вне автомобильных дорог общего пользования, за исключением техники, используемой для охраны и функционирования заказника, и специальной техники, используемой для разрешенных видов деятельности.

3) загрязнение территории любыми видами отходов.

4) осуществление сплошных рубок лесных насаждений и др. [15].

Перечисленное подтверждает наличие определенных правил нахождения в данном государственном природном заказнике, однако данные положения не в полной мере соблюдаются посетителями территории. Например, на сегодняшний день также можно наблюдать загрязнение природного заказника отходами или проезда по территории на автомобиле. Немаловажным является и такое занятие как скалолазание по Буржатскому утёсу.

Вся вышеперечисленная деятельность наносит огромный ущерб территории заказника, а потому является острой проблемой, которую необходимо решать и в дальнейшем контролировать. Уникальная флора и фауна находится под угрозой из-за данных действий со стороны туристов, а может и в целом привести к полному исчезновению целого вида.

После изучения ограничительных мер на территории ООПТ важно изучить нормативно-правовые документы, которыми

Таблица 2

Циклы рекреационной деятельности

Объект	ЭРЗ	ТРД	ЦРД
Чимбулатский ботанико-геологический комплекс со скальным массивом «Камень» на левом берегу Немды и каменной известняковой стенкой у бывшей деревни Тяпичи	Купание в реке, сплавы	Купания, водные процедуры	Водный.
	Дозированная ходьба	Туристский поход, терренкур	Активно-оздоровительный.
	Осмотр уникальных ландшафтов Сплав Прогулка по окрестностям	Туристский поход, прогулка, ландшафтные наблюдения	Экологический.
	Местные познавательные прогулки с экскурсоводом, индивидуальная разработка маршрута	Экскурсии пешие, информационно-познавательная деятельность	Культурно-исторический.
	Этнические праздники.	Участие в народных праздниках.	Этнографический.
Береснятский ботанико-геологический комплекс	Купание в реке, сплавы	Купания, водные процедуры	Водный.
	Дозированная ходьба.	Туристский поход, терренкур.	Активно-оздоровительный.
	Осмотр уникальных ландшафтов Сплав Прогулка по окрестностям	Туристский поход, прогулка, ландшафтные наблюдения	Экологический.
	Местные познавательные прогулки с экскурсоводом, индивидуальная разработка маршрута	Экскурсии пешие, информационно-познавательная деятельность	Культурно-исторический.
Зараменская пещера	Осмотр уникальных ландшафтов, прогулка по окрестностям	Туристский поход, прогулка, ландшафтные наблюдения	Экологический.
	Местные познавательные прогулки с экскурсоводом.	Экскурсии пешие, информационно-познавательная деятельность	Культурно-исторический.
Озеро Ширей	Рыбалка	Рыбная ловля	Охотничье-рыболовный.
	Купание в реке	Купания, водные процедуры	Водный.
	Осмотр уникальных ландшафтов, прогулка по окрестностям	Туристский поход, прогулка, ландшафтные наблюдения	Экологический.

необходимо руководствоваться при проектировании видов туристско-рекреационной деятельности. Поэтому следующим этапом является их рассмотрение.

Первым основополагающим документом, на который необходимо опираться является Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». Настоящий Федеральный закон определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок

рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации [1].

Следующий государственный стандарт, который мы рассмотрим, будет ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Настоящий стандарт устанавливает порядок и правила проектирования туристских услуг, в том числе входящих в туристский продукт [5].

Далее следует такой нормативно-правовой документ — это ГОСТ 32611–2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Настоящий стандарт устанавливает требования по обеспечению безопасности жизни, здоровья, имущества туристов при совершении путешествий [6].

ГОСТ Р 56642–2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Настоящий стандарт

устанавливает общие требования к экологическому туризму. Положения настоящего стандарта распространяются на услуги экологического туризма, предоставляемые субъектами туристской индустрии в соответствии с законодательством Российской Федерации [4].

Кроме этого, есть еще Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «Об охране окружающей среды» (Статья 74. Экологическое просвещение). Настоящий Федеральный закон определяет правовые основы государственной политики в области охраны окружающей среды, обеспечивающие сбалансированное решение социально-экономических задач, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности [2].

Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «Об особо охраняемых природных территориях». Настоящий Федеральный закон регулирует отношения в области организации, охраны и использования особо охраняемых природных территорий в целях сохранения уникальных и типичных природных комплексов, и объектов, достопримечательных природных образований, объектов растительного и животного мира, их генетического фонда, изучения естественных процессов в биосфере и контроля за изменением ее состояния, экологического воспитания населения [3].

Помимо Федеральных документов существуют ряд региональных регламентирующих развитие экологического туризма на территории Кировской области. Согласно стратегии социально-экономического развития до 2035 года основными задачами в сфере улучшения состояния окружающей среды в долгосрочной перспективе будут: сохранение объектов природного наследия; организация и развитие системы экологического образования и формирование экологической культуры. А одним из направлений государственной политики в развитии охраны окружающей среды создание условий для использования туристского и рекреационного потенциала особо охраняемых природных территорий Кировской области [7].

В стратегии развития туристско-рекреационного кластера, рассчитанного до 2024 года говорится о неравномерности расположения природных памятников, а также рассматриваются перспективы развития экологического туризма и наиболее потенциальные районы области. Среди таких выделяются следующие

территории: Котельничский, Советский, Слободской, Подосиновский, Нолинский, Уржумский [8].

Таким образом, нами была рассмотрена нормативно-правовая база по экологическому туризму, которая является крайне важной составляющей для развития экологического маршрута по территории природного заказника «Пижемский».

Выводы. Таким образом, экологический туризм — это путешествие в природную среду, с сохранением её целостности. С развитием внутреннего туризма необходимо уделять внимание всем видам туризма, в том числе экологическому, поэтому в данной работе был сделан упор именно на анализ предпосылок для его развития.

По результатам данного исследования стало понятно, что территория обладает всей необходимой базой для развития экологического туризма. Метод анализа позволили нам отразить наличие ресурсов, а также основные виды рекреационной деятельности, возможные для развития. Помимо этого, в работе рассматривались нормативно-правовые документы, которые позволили теоретически обосновать суть экологического туризма.

Благодаря всему вышеперечисленному нам удалось выделить наиболее главную особенность организации туристско-рекреационной деятельности на территории заказника «Пижемский», которая заключается в наличии ограничительных мер нахождения на данном месте.

Овечкина Полина Алексеевна,

студентка 3 курса направления «Туризм»,
Вятский государственный университет;
polina.ovechkina.2019@bk.ru

Сметанина Алёна Игоревна,

старший преподаватель кафедры туризма и управления
персоналом, Вятский государственный университет;
ai_kuznetsova@vyatsu.ru

Библиографический список

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». — Текст: электронный // Законодательство Российской Федерации: [сайт]. — URL: <https://fzrf.su/zakon/ob-osnovah-turistskoj-deyatelnosti-132-fz/> (дата обращения: 06.10.2022).
2. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 26.03.2022) «Об охране окружающей среды». — Текст: электронный // КонсультантПлюс: [сайт]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/ (дата обращения: 06.10.2022).

3. Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «Об особо охраняемых природных территориях» — Текст: электронный // КонсультантПлюс: [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6072/ (дата обращения: 06.10.2022).
4. ГОСТ Р 56642–2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования: действ. с 01.06.2016. М.: Стандартинформ, 2016. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200124943> (дата обращения 05.10.2022).
5. ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Общие положения: утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. № 580-ст. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215> — Текст: электронный (дата обращения: 06.10.2022).
6. ГОСТ Р 32611–2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Общие положения: утверждён и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 26 марта 2014 г. № 228-ст. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200110997> — Текст: электронный (дата обращения: 05.10.2022).
7. Стратегия социально-экономического развития региона до 2035 года. — Текст: электронный // Правительство Кировской области: [сайт]. — URL: https://www.kirovreg.ru/strategy/index.php?sphrase_id=691358 (дата обращения: 15.11.2022).
8. Туристско-рекреационный кластер. — Текст: электронный // Туристско-информационный центр Кировской области: [сайт]. — URL: <http://www.visitkirov.ru/turistsko-rekreacionnyj-klaster/> (дата обращения: 15.11.2022).
9. Васенина М. Е., Матушкин А. С. К вопросу о формировании кластера экологического туризма в Кировской области / М. Е. Васенина, А. С. Матушкин. — Текст: непосредственный // Форум молодёжной науки. — 2020. — № 2. — С. 31–36. (дата обращения: 15.11.2022).
10. Колесова Ю. А. Экологический туризм в Кировской области / Ю. А. Колесова, А. А. Веприкова. Текст: непосредственный // Современные инструменты, методы и технологии управления знаниями. 2020. № 3. С. 23–30. (дата обращения: 15.11.2022).
11. Кобышев Е. В. Маршрутная организация экологического туризма в Кировской области / Е. В. Кобышев. Текст: непосредственный // 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. 852–857. (дата обращения: 15.11.2022).
12. Кобышев Е. В. Проектирование экологического тура по особо охраняемым природным территориям Кировской области / Е. В. Кобышев, А. А. Веприкова. — Текст: непосредственный // Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства. сборник статей. под ред. Е. Ю. Никольской. Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус» (Москва), 2021. С. 255–261. (дата обращения: 15.11.2022).
13. Лелекова Е. В. Экологическая тропа как средство развития экономики впечатлений в Кировской области / Е. В. Лелекова, Е. В. Краева. — Текст: непосредственный // Экология родного края: проблемы и пути их решения. материалы XVI Всероссийской научно-практической с международным участием конференции. — Киров: Вятский государственный университет (Киров), 2021. С. 372–375. (дата обращения: 15.11.2022).
14. Пижемский. — Текст: электронный // Министерство охраны окружающей среды Кировской области: [сайт]. URL: <https://priroda.kirovreg.ru/activities/protection-of-areas-and-species/regional-pas/state-nature-reserves/pizhemskaia/> (дата обращения: 07.10.2022).
15. Пижемский. — Текст: электронный // ООПТ России: [сайт]. URL: <http://oopt.aari.ru/oopt/Пижемский-0> (дата обращения: 07.10.2022).
16. Экологический туризм в России 2022 — Текст: электронный // PageTravel о туризме и не только: [сайт]. URL: <https://pagetravel.ru/ekologicheskij-turizm-v-rossii-2022/> (дата обращения: 05.10.2022).

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛЕВЫХ УЧЕБНЫХ ПРАКТИК ПО СЕРВИСУ В ТУРИЗМЕ: ЭТАП ПОДГОТОВКИ

На протяжении восемнадцати лет существования кафедры туризма географического факультета ПГНИУ учебные выездные практики проводились по трём специальностям. В инвариантах практики, отработанных специалистами кафедры в области активного туризма, в разное время ставились различные цели и задачи: от прохождения и непосредственного изучения на местности различных районов и объектов активного туризма до отработки навыков туристского сервиса в природной среде. Первоначально программа практики была практически идентична для разных специальностей, но со временем закономерно сформировалась дифференциация целей и задач практики для различных специальностей. При этом в большинстве выездных в рамках учебной практики явно выражен ряд факторов, затрудняющих достижение её цели и выполнения задач. Факторы эти выявлены. Качественно они неизменны во времени (проявляются во всех выездных мероприятиях со студентами первых курсов) и практически не зависят от особенностей учебной специальности, целей и задач полевой практики. Наиболее проблемными, видимо, следует считать следующие факторы: недостаточная мотивированность студентов к овладению ЗУМ в рамках специальности; недостаток у студентов навыков протяжённого общения без посредства сетевых технологий; частичная или полная подмена в сознании значительной части студентов реальных действий, отношений и их корректировки псевдорефлексией. Кроме того, в процессе осуществления выездных учебных практик сформировались определённые организационные и тактические подходы к их обеспечению и проведению.

Ключевые слова: активный туризм, туристский продукт, туристский сервис, организованный туризм, самостоятельный туризм, туристские стереотипы, эволюция активного туризма, учебная практика, вербальное замещение, негативные ожидания.

S. B. Michurin, S. R. Sharifulin

Perm State University

EXPERIENCE OF ORGANIZING AND CONDUCTING FIELD TRAINING PRACTICES ON SERVICE IN TOURISM: PREPARATION STAGE

During the eighteen years of the existence of the Department of Tourism of the Faculty of Geography of Perm State National Research University, field trips were conducted in three specialties. In the invariants of practice worked out by the leading specialists of the department in the field of active tourism, various goals and objectives were set at different times - from studying various areas and objects of active tourism to developing the skills of tourist service in the natural environment. Initially, the practice program was almost identical for different specialties, but over time, differentiation of the goals and objectives of practice for various specialties naturally formed. At the same time, in most field trips within the framework of educational practice, a number of factors are clearly expressed that make it difficult to achieve its goal and fulfill tasks. These factors have been identified. Qualitatively, they are practically unchanged over time (manifested in all field events with first-year students) and practically do not depend on the characteristics of the educational specialty, goals and objectives of field practice. The most problematic, apparently, should be considered the following factors: insufficient motivation of students to master the LSM within the specialty; students' lack of long-term communication skills without the help of network technologies; partial or complete substitution in the minds of a significant part of students of real actions, relationships and their correction by pseudo-reflection. In addition, in the process of implementing field training practices, certain organizational and tactical approaches to their provision and conduct were formed.

Keywords: active tourism, tourist product, tourist service, organized tourism, amateur tourism, tourist stereotypes, evolution of active tourism, educational practice, verbal substitution, negative expectations.

Учебная практика первого курса по сервису в туризме направления подготовки 43.03.01, Сервис, проводится в режиме туристского путешествия в условиях природной среды. Для достижения цели этой практики — приобретения студентами навыков по подготовке, проведению и обеспечению маршрута активного туризма, обслуживанию туристов на некатегорийном маршруте — кафедрой избран водный туризм. Обусловлено это, прежде всего тем, что водное некатегорийное туристское путешествие в силу особенностей своей пространственно-временной динамики имеет сравнительно лёгкую адаптацию участников к длительному нахождению в природной среде в режиме автономии. Кроме того, сервис в активном туризме, осуществляемый студентами без выраженного практического опыта работы в поле (что нормально для студентов первого курса бакалавриата), в значительной мере, привязан к использованию выраженного объёма оборудования и снаряжения, транспортировка которого в иных видах активного туризма затруднительна.

Практика состоит из трёх этапов: подготовки, полевого (прохождение маршрута) и камерального (ПГНИУ, обработка результатов и оформление отчёта) [4].

Этап подготовки проходит в городе. Он включает в себя сбор студентами информации о районе прохождения практики; знакомство студентов со сменными функциональными обязанностями участников маршрута активного туризма; подбор, проверку и обслуживание снаряжения; формирование заготовок для содержательного обеспечения полевой части практики — анимационных мероприятий, экскурсий; закупку и упаковку продуктов; отработку основных алгоритмов обеспечения жизнедеятельности группы (в частности — развёртывание и снятие туристского лагеря).

Уже на этом этапе проявляются проблемные факторы, затрудняющие усвоение материала практики.

Недостаточная мотивированность студентов к овладению ЗУМ в рамках специальности проявляется в регулярных попытках уклонения части студентов от выполнения поставленных задач. Руководители практики в настоящее время купируют действие этого фактора путём разложения решаемых студентами задач на узко-прикладные составляющие (упражнения) и выполнение их в формате соревнования между малыми группами. При этом, часть этих «микрозадач» выполняется фиксированными группами (например, установка группового тента — командами туристских судов), а часть (например, установка палаток на время и правильность) — происходит

силами групп сменного состава, либо отдельных участников.

Недостаток у студентов навыков продолжительного общения без посредства сетевых технологий проявляется как периодическое самопроизвольное устранение студентов из учебного процесса. Не менее трети группы в ходе выполнения учебных заданий постоянно отвлекается на общение в сети. В определённой степени удаётся избежать этого, повышая разнообразие и динамику выполняемых микрозадач (упражнений). Кроме того, одной из выполняемых на подготовительном этапе практики задач (её выполнение отражается в отчёте) является хронометраж его составляющих, наиболее важных с точки зрения студентов, и освещение этих составляющих в социальных сетях [5].

Негативные ожидания — реальные или воображаемые ситуации, проявления опасности и (или) дискомфорта, которых закономерно опасается любой студент перед первым выходом в поле — также, в значительной мере, препятствуют решению задач учебной практики. Так часть студентов (в некоторые годы — до трети группы) пытается уклониться от участия в полевом этапе практики, мотивируя это слабым здоровьем, отсутствием индивидуального снаряжения и розничными ценами на него (общественное снаряжение и оборудование группы полностью предоставляется кафедрой), семейными обстоятельствами и т.п. Частично проблема негативных ожиданий решается самостоятельным поиском студентами информации о районе прохождения и обсуждением этой информации между собой и с руководителями практики. Так же купированию негативных ожиданий способствуют конкретные действия, направленные в числе прочего на устранение типичных опасений. Хорошо зарекомендовали себя такие меры, как проверка и техническое обслуживание группового снаряжения с непосредственным участием студентов (убеждающее в его исправности и эффективности), организованная противоклещевая обработка комплектов верхней одежды каждого участника (значительно уменьшающая опасность контакта с клещом), привлечение студентов к разработке графика питания и продуктовой раскладки.

Вербальное замещение — подмена выполнения реальных действий их вербальным обозначением — так же является немаловажным фактором, проявляющимся на подготовительном этапе практики первого курса при выполнении упражнений в 15–20 процентах случаев. Одна из особенностей современных студентов (возможно, это специфика студентов направлений подготовки кафедры

туризма) состоит в том, что описание действия (не требующее физических усилий и специфических навыков) в их восприятии тождественно самому действию. Вообще, частичная или полная подмена реальных действий и их корректировки псевдорефлексией — представляется следствием безответственного тимбилдинга, различных молодёжных «активистских» программ, авторы и трансляторы которых, агрессивно внедряя клише восприятия и сопутствующего поведения, обычно не утруждают себя дифференцированием даже легко прогнозируемых результатов своей деятельности. Как следствие, люди — объекты такого воздействия с готовностью произносят правильные слова о романтике, самодисциплине, товариществе, терпимости, взаимопомощи и т. п., сидя в хорошую погоду у оборудованного для них костра. При этом, в других условиях, например, при экстренном свёртывании лагеря, они же демонстрируют в корне иную модель поведения — собирают свои личные вещи и стоят около полуспущенного катамарана, укоризненно поглядывая на остальных участников, выполняющих объективно необходимые для старта работы. То есть мы имеем дело с людьми, которые искренне верят в действительность фраз, практически ставших ритуальными, наравне с реально необходимыми действиями и, заведомо отделяя одно от другого, предпочитают слова. И опыт показывает увеличивающуюся частоту подобного стиля поведения среди студентов на учебных практиках. Очевидно, что подобный дуализм при работе в поле вреден и опасен.

Снижение негативного действия вербального замещения отчасти достигается демонстрацией неэффективности имитированных действий. Так, например, при установке палатки с проговариванием студентом части составляющих алгоритма («растягиваем тент с помощью колышков, выбираем слабинку боковых оттяжек») вместо их реального выполнения, бесполезность проговаривания, не сопровождаемого действием, доказывается по окончании выполнения упражнения демонстрацией промокания палатки под реальным или имитированным дождём; при этом параллельно демонстрируется палатка, поставленная верно и остающаяся изнутри сухой.

С точки зрения организации учебного процесса в рамках учебных полевых практик, представляется необходимым корректирование их психологического сопровождения. При этом необходимо помнить, что рефлексивные техники типа «Свечи» созданы для иных условий и иных объектов воздействия, но при этом значительная часть студентов обладает определённой психологической резистентностью

к этим техникам. Фактически, использование «Свечи» со студентами в качестве объектов и субъектов процесса, стимулирует их к психологически незрелому поведению, которое мы наблюдаем как эффекты дуалистического поведения и вербального замещения. Поэтому, **отучить студентов от бездейственного проговаривания и побудить сопровождать проговаривание действием, а восприятие практически выводами** — по сути, есть ключевая задача подготовительного этапа учебной полевой практики.

Мичурин Сергей Борисович,

к.геогр.н., доцент кафедры туризма,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
michura2004@rambler.ru

Шарифулин Сергей Ринатович,

старший преподаватель кафедры туризма,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
58mapord@mail.ru

Библиографический список

1. Мичурин С.Б., Мичурин П.С. Урочище каменный город: негативный опыт новейшего туристского освоения, постановка проблемы // География и туризм. Научный рецензируемый журнал. Вып. 2 (6), 2020. С. 116–120.
2. Мышлявцева С.Э., Брюхова В.А., Воронцова Ю.В., Дружинина Ю.А., Мельников М.А., Мельников В.Е., Останин В.С., Смирнов В.Е. Каменный город: мониторинг туристских потоков. География и туризм №1, 2021. С. 40–49.
3. Мичурин С.Б. Новейшие проблемы и тенденции активного туризма в пермском крае // География и туризм. Научный рецензируемый журнал. Вып. 1(7), 2021. С. 67–70.
4. УМК 82532. Учебная практика по сервису в туризме. [https://etis.psu.ru/pls/education/tpd_t\\$teach_programs.QueryViewBy?P_TP_ID=82532&Z_CHK=3576&p_ter0=&p_ter1=&p_tpd_id=0#138216](https://etis.psu.ru/pls/education/tpd_t$teach_programs.QueryViewBy?P_TP_ID=82532&Z_CHK=3576&p_ter0=&p_ter1=&p_tpd_id=0#138216)
5. Кафедра туризма ПГНИУ https://vk.com/@tourism_psu-pismo-otzyv-po-proidennoi-praktike-srv-2022

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ И МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО

А. В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 376.908

ТИФЛОКОММЕНТАРИЙ — СПОСОБ СОЗДАНИЯ ИНКЛЮЗИВНЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ*

В статье рассмотрена пешеходная экскурсия по г. Перми, которая знакомит с культурно-историческим центром города на примере объектов, доступных тактильному осмотру. Автор уделяет внимание маршруту, который должен быть доступным, безопасным и комфортным. Во время подготовки инклюзивной экскурсии важно учитывать качество тротуаров, удобство подъёмов, пешеходных переходов и др. Главным приемом, которым должен овладеть экскурсовод, ведущий инклюзивную экскурсию для слабовидящих и незрячих людей, является прием тифлокомментария — это детальное и лаконичное описание предмета, места, персонажа или события. В статье изложены основные принципы тифлокомментария: «говори о том, что видишь», «давай описание от общего к частному», «используй безоценочные суждения» и «простой язык». Даны примеры тифло описания достопримечательностей г. Перми, доступных для тактильного осмотра. Анализ инфраструктурного состояния городской среды в центре Перми показывает, что создание пешеходной обзорной экскурсии для людей с инвалидностью по зрению возможно, но отягощено множеством факторов. Одни факторы недоступности могут быть преодолены усилиями экскурсовода (мастерство рассказа, владение приемами тифлокомментария, набор тактильных предметов в портфеле экскурсовода). Другие задачи должны решаться уровне муниципального управления с привлечением экспертов и представителей целевой аудитории (создание безбарьерной среды, шрифт Брайля в надписях, обустройство мест общего пользования).

Ключевые слова: доступная среда, инклюзия, экскурсия, тифлокомментарий, город Пермь.

A. V. Firsova

Perm State University

TIFLOCOMMENTARY – A METHOD FOR CREATING INCLUSIVE EXCURSION PROGRAMS

The article considers a walking city tour of Perm, which introduces the cultural and historical center of the city on the example of objects available for tactile inspection. The author pays attention to the route, which should be accessible, safe and comfortable. When preparing an inclusive tour, it is important to take into account the quality of sidewalks, the convenience of lifts, pedestrian crossings etc. The article outlines the basic principles of tiflocommentary: «talk about what you see», «give a description from the general to the particular», «use non-judgmental judgments» and «simple language». It also give examples of typhlo descriptions of the Perm sights available for tactile inspection. An analysis of the urban infrastructure in the center of Perm shows that the creation of a walking sightseeing tour for people with visual impairments is possible, but hampered by several factors. Some factors of inaccessibility can be overcome by the efforts of the guide (mastery of the story, mastery of the techniques of audio commentary, a set of tactile objects in the guide's briefcase). Other tasks should be solved at the level of municipal government with the involvement of experts and representatives of the target audience (creation of a barrier-free environment, Braille in inscriptions, arrangement of common areas).

Keywords: accessible environment, inclusion, excursion, audio commentary, Perm city.

© Фирсова А. В., 2022

* Статья подготовлена в рамках проекта «ВОСПриятие: инклюзивная лаборатория театральных и музейных технологий», Заявка № ПФКИ-22-1-013939.

С каждым годом тема инклюзии набирает популярность по всему миру. Во многих странах присутствие людей с ограниченными возможностями здоровья в музеях, участие их в туризме вообще и в экскурсионных программах в частности становится нормой. В России развитие доступной среды обозначается и продвигается государством, однако практических и рабочих решений в создании инклюзивных пространств в масштабах страны до сих пор довольно мало. В этой статье мы обратим внимание на особенности создания инклюзивных экскурсий для людей с инвалидностью по зрению в условиях городской среды.

Основные принципы построения и ведения инклюзивной экскурсии

Рассмотрим пешеходную обзорную экскурсию по городу Перми, цель которой познакомиться с культурно-историческим центром и объектами, что раскрывают историю города на разных этапах его развития. Как и в любой экскурсии, в инклюзивной экскурсии должен быть продуман маршрут следования. Во многих источниках обращают внимание на то, что экскурсанты, люди с ОВЗ, особенно старшего возраста, испытывают сложности с долгим передвижением. В связи с этим маршрут должен быть построен по небольшому количеству объектов и не должен иметь большой физической нагрузки. Также при проектировании экскурсии должны быть учтены особенности здоровья вообще и зрения в частности у потенциальных экскурсантов.

Если маршрут пешеходный, то он должен пролегать по улицам с максимально удобной инфраструктурой, в местах, где сконцентрированы доступные для людей с инвалидностью по зрению объекты показа. К таким объектам традиционно относят малые архитектурные формы, небольшие памятники и монументы, доступные для тактильного осмотра, а также необычные детали архитектуры — оформление наличников, дверей, перил, входных групп и проч. Под удобной инфраструктурой следует понимать удовлетворительное состояние тротуаров, подъёмов, ступеней, пешеходных переходов, доступные подходы к объектам показа. Если маршрут подразумевает использование транспортного средства, то важно обратить внимание на удобство его использования, выделить места стоянок, необходимых для осмотра объектов показа.

В каких бы условиях ни проходила экскурсия, очень важен этап установления доверительных отношений между экскурсоводом и экскурсантами. Первые несколько минут экскурсии должны настроить участников на доброжелательный лад. Экскурсовод должен

выяснить особенности и пожелания слушателей, если это не было сделано заранее. Также доверие между экскурсоводом и экскурсантами важно, потому что часто люди с инвалидностью по зрению очень деликатны и не могут сообщить о проблеме или дискомфорте в процессе экскурсии. Необходимо обозначить этот нюанс или закрепить его, как одно из правил проведения экскурсии.

Важно также обращать внимание на темп экскурсии. Экскурсантам может понадобиться больше времени на ознакомление с объектами показа в силу особенностей их зрения. Зрение вообще является одним из основных «чувств» человека. Глазами человек воспринимает до 90 % всей информации об окружающем мире. Визуальная информация самая лёгкая для восприятия. С этим связана, пожалуй, самая большая сложность инклюзивной экскурсии для людей с ОВЗ по зрению. Как мы уже говорили, экскурсия — это органическое соединение показа и рассказа. Показ в прямом смысле в данном случае значительно осложнён, а иногда и невозможен. Показ предполагает прежде всего тактильные и слуховые впечатления.

В этом случае необходимо обратить особое внимание на экскурсионный рассказ. Если обычный экскурсант видит всё сам, для него основной ролью рассказа является дополнение и раскрытие того, что находится перед ним, то для людей с инвалидностью по зрению рассказ должен быть адаптированным и передавать ключевые визуальные особенности объекта, пейзажа, фрагмента городской среды. Адаптация экскурсионного рассказа осуществляется благодаря приёму тифлокомментирования.

Под тифлокомментарием понимается закадровое вербальное описание визуальной составляющей фильма, спектакля или любого другого мероприятия, подготовленное и осуществляемое с учётом специфических особенностей незрячих людей. Вообще тифлокомментарий — это вспомогательный инструмент, целью которого является максимальное приближение восприятия визуального материала незрячим человеком к восприятию зрячего. В идеале тифлокомментарий нужно дополнить тактильными ощущениями. Таким образом происходит и приближение к классическому пониманию экскурсионного показа через адаптацию экскурсионного рассказа [2].

Ещё одним инструментом, который позволит более глубоко и качественно погрузить незрячих экскурсантов в процесс познания, является портфель экскурсовода. Под этим понятием традиционно понимают комплект информационных материалов (фотографий, копий документов, карт, схем, репродукций

картин, видео- и аудиоматериалов и др.), используемых экскурсоводом в ходе проведения экскурсии. Обычно в этом комплекте находятся фотографии исторических реалий, улиц, архитектурных или культурных особенностей. В портфеле экскурсовода, предназначенном для инклюзивной экскурсии для людей с инвалидностью по зрению, по возможности должны оказаться не только фотографии (они могут быть полезны для людей, не утративших зрение до конца), но и тактильные материалы — уменьшенные модели зданий, фигурки, соотносящиеся с действительными объектами показа, схемы или рисунки, выполненные в рельефно-точечной технике, напоминающей шрифт Брайля, рельефно-графические копии фотографий. Могут быть использованы и природные материалы, чтобы продемонстрировать разнообразие фауны или географические и геологические особенности территории. Также интересен опыт использования «ароматных» материалов для создания определённой атмосферы. Например, при посещении мест, которые раньше отличались характерными запахами. Рядом с кожаными мастерскими мог стоять запах кожи и краски, на рынках пахло пряностями. Такими незамысловатыми способами можно погрузить экскурсантов глубже в тему экскурсии, а также создать элемент развлечения.

Ещё одним важным моментом во время проведения экскурсии является обращение внимания на препятствия. Каждая ступенька, неровность, переход или поворот — всё должно быть не просто озвучено, а прокомментировано полным и достаточным образом. Если это ступени, то необходимо сказать, одна она, вверх она или вниз, высокая она или низкая. Если это подъём или узкий тротуар, необходимо обозначить его размер. Часто встречаются так называемые «пороги» на стыке плитки и асфальтированного покрытия, например. Каждое препятствие на пути незрячих или слабовидящих экскурсантов должно быть осмыслено и грамотно обозначено.

Таким образом, экскурсия вообще представляет собой культурно-познавательную услугу, которая позволяет расширить кругозор, получить новую информацию, приобрести новые навыки и сферы интереса, а также просто приятно провести время. Особенностью экскурсии является органическая связь показа и рассказа, в которой и заключается основная сложность проведения инклюзивных экскурсий для людей с нарушением зрения.

Инклюзивная экскурсия должна быть построена с учётом особенностей здоровья экскурсантов. Маршрут должен включать в себя самые доступные объекты, проходить

по наиболее удобным путям подхода к ним. Экскурсионный рассказ, как и дополнительные материалы экскурсии, используемые в портфеле экскурсовода, должен быть адаптирован для людей с ОВЗ по зрению.

Приёмы тифлокомментария, правила его составления и использования

Тифлокомментирование — детальное и лаконичное описание предмета, персонажа, определенного события или места, которое не воспринимается незрячим человеком без устных пояснений. Тифлокомментатор — это специалист, прошедший обучение в соответствии ГОСТ и имеющий сертификат соответствия [1]. На любительском уровне овладеть этой техникой могут экскурсоводы, сотрудники музеев, специалисты учреждений культуры, турбизнеса, гостиничного сервиса и этот навык расширит доступность социокультурной среды. Тифлокомментарий рассматривается как инструмент приближения восприятия незрячего человека к восприятию зрячего в контексте просмотра динамичного действия: спектакля, фильма или другого видеоматериала. Динамическое изображение состоит из трёх больших групп: объектов, участвующих в действии, действий объектов и взаимодействий объектов. В контексте экскурсии элементы действия и взаимодействия зачастую отсутствуют, остаётся только необходимость в описании самого объекта показа [2].

При описании неодушевленного предмета или человека нас в первую очередь интересуют те признаки, на которые мы обратили внимание самыми первыми. Для человека это отличительные черты внешности (полный он или худой, высокий или низкий, с усами, рыжий, чернокожий) и детали его одежды («человек в малиновом пиджаке» или «человек в чёрной шляпе») и взаимодействие его с окружающим миром («человек, вышедший из красного «Феррари») [2]. Экскурсоводу будет правильно начать инклюзивную экскурсию с описания своей внешности с элементами тифлокомментария. Описание предметов строится по тому же принципу. Если об этих предметах и далее будет идти речь, то необходимо подобрать короткое и наиболее меткое описание, которое позволит незрячему человеку впоследствии идентифицировать этот объект по той же формулировке. В контексте неподвижного визуального действия экскурсии в качестве идентифицирующих признаков могут быть использованы общепринятые и (или) энциклопедические (неизменные) свойства объектов. Такими свойствами можно считать названия растений и цветов, марки автомобилей и военной техники, общеизвестные исторические

и архитектурные памятники и другое. Однако здесь есть два нюанса. Во-первых, для такого конкретного описания объекта, комментатор должен быть твёрдо уверен, что этот объект есть то, чем кажется, и что этот объект действительно обладает описываемыми свойствами неизменно. Так, например, если описываемая бутылка с жидкостью не имеет этикетки, которая однозначно бы определяла её содержание, то описывать можно только её видимые свойства (цвет, наличие пены или густоту), потому что существует вероятность использования других похожих жидкостей. Если на картине римский император (если это действительно император) одет в определённый наряд, то его нужно либо определить максимально точно, либо вернуться к описательным характеристикам, чтобы не ввести в заблуждение зрителей неправильным использованием термина [2]. Во-вторых, конкретное выделение одного свойства несёт в себе ещё одну опасность. Экскурсант или зритель должен знать, о чём идёт речь. Используемый термин должен быть ему знаком. У него должен возникать определённый образ. При подборе терминов или описаний для тифлокомментирования экскурсии очень важно знать хотя бы примерный багаж знаний экскурсантов. Как уже говорилось ранее, зачастую экскурсанты с ОВЗ по зрению — это люди старшего возраста, имеющие довольно широкий кругозор. Необходимо понимать, какие термины будут корректны и понятны для той группы людей, которая является целевой аудиторией экскурсии.

Существует также целый ряд правил и принципов тифлокомментирования, созданных для того, чтобы потребитель тифлокомментария получил наиболее сильные впечатления и наиболее полную информацию. В первую очередь, тифлокомментарий должен быть **безоценочным**. Оценка, как и любое суждение, субъективна. Её должен осуществлять только зритель. Тифлокомментарий же должен только констатировать факт происходящего. При описании объектов нужно передавать только фактическую информацию. Любой зритель воспринимает окружающий мир как совокупность фактов и делает из них выводы. Именно поэтому тифлокомментарий должен передавать факты, а не выводы, позволяя прийти к ним зрителю самостоятельно.

Также очень важна **последовательность изложения информации**. В условиях динамики происходящего это более важно, чем в статичном описании. Однако и в нём должна быть логика. Так, например, сначала описывается общая композиция, цветовая гамма и настроение картины. Затем внимание обращается на центральные фигуры (в зависимости

от картины, либо люди, либо объекты). Затем детально описывается обстановка, уточняются элементы, раскрывается их смысл. Картина, скульптура, здание — всё это как бы по деталям последовательно появляется в воображении слушателя.

Необходимо стремиться к **кратким формулировкам**, избегать лишней информации и речевых оборотов, которые могут помешать процессу построения образа. Тифлокомментарий должен быть лаконичным и исчерпывающим. К тому же речь должна быть нейтральной. Например, фраза «огромный дуб» одновременно может подчеркнуть его превосходство в размерах и вызывать вопрос, относительно чего он «огромный» и насколько. В этом случае уместно использовать сравнительные характеристики, такие как: «вдвое выше (шире) других деревьев в лесу».

Отдельно экскурсоводы обращают внимание на то, что важно обозначить исторический период, охарактеризовать эпоху, к которой относится то или иное произведение искусства, и только потом приступать к непосредственному описанию объекта. Описание эпохи даёт дополнительную информацию о действительности, в которой было создано произведение искусства, а также конкретизирует стиль и особенности, характерные для этого исторического периода, которые сложно передать в простом описании при тифлокомментировании.

В этом и заключается основная задача экскурсовода при составлении текста экскурсионного рассказа. Вся органичная связь показа и рассказа, которая и есть суть экскурсии как явления, должна раскрываться практически только через экскурсионный рассказ. Иного способа получения информации об объекте у экскурсантов с ОВЗ по зрению нет. Тактильный осмотр объектов не может дать такой же исчерпывающей информации об объекте, как визуальное его восприятие, однако может служить дополнительным доказательством реальности объекта, его размеров, материала, особенностей рельефа и других свойств, которые можно считать тактильно. В этом смысле тактильный осмотр раскрывает и конкретизирует тифлокомментарий, помогает составить цельный образ объекта показа, глубже познать его суть. Также совокупное восприятие тифлокомментария и тактильного осмотра оставляет за собой больше впечатлений и воспоминаний, чем просто использование тифлокомментария.

Таким образом, тифлокомментарий — это необходимый инструмент построения экскурсионного рассказа для людей с ОВЗ по зрению, это техника, благодаря которой во многом

и становятся возможными такие экскурсии. Далее рассмотрим, как приемы адаптации экскурсионных программ применяются на практике в городском пространстве.

Тифлокомментарий к известным достопримечательностям г. Перми

Один из самых известных объектов, ассоциирующихся с Пермью скульптурная композиция «Пермяк солёные уши». Во время знакомства с объектом необходимо детально описать обе части скульптурной композиции. Часто весь фокус внимания оказывается сосредоточен именно на части с ушами, в то время как другая часть композиции — фотограф — оказывается незамеченной. Описание обеих частей памятника, тактильное знакомство с ними и историческая справка послужат началом экскурсии и зададут тон всей последующей прогулке. Примерный тифлокомментарий к этому памятнику может быть следующим:

«Скульптурная композиция состоит из двух отдельных частей, расположенных друг напротив друга на расстоянии около 3 метров. Две скульптуры выполнены из тёмного металла, их высота 1,5 метров. Первая часть представляет собой фотографа с большим старинным фотоаппаратом, расположенным на треноге. Фигура фотографа слегка наклонена к фотоаппарату, голова его скрыта под специальной накидкой, наличие которой обусловлено механизмом работы фотоаппарата. Правая рука фотографа вытянута вперёд, в ней он держит маленькое круглое устройство — фотовспышку. Напротив скульптуры фотографа на массивном цилиндрическом каменном постаменте стоит вторая часть этой композиции — овальная рамка, по бокам которой расположены большие человеческие уши с длинными мочками. Овал рамки повторяет контуры человеческого лица и имеет соответствующие реальные размеры. Рамка соединяется с постаментом небольшой фигурной подставкой в виде куба, на котором рельефными буквами написано название памятника и его автор. Ещё ниже, на соединении куба с цилиндрическим постаментом таким же рельефным шрифтом написано название компании, подарившей городу этот памятник».

Логичным продолжением исторической темы послужит скульптура «Легенда о пермском медведе», находящаяся перед гостиницей «Урал». Тифлокомментарий к объекту может быть таким:

«Скульптура в виде медведя высотой около 1,5 метров в холке и длиной около 3 метров находится на небольшом постаменте. Медведь стоит на трёх лапах и как бы делает шаг вперёд правой передней лапой. Морда животного приподнята вверх. Памятник выполнен из потемневшей от времени бронзы, но уши и нос медведя натёрты до блеска суеверными горожанами и гостями города. Говорят, того, кто потрёт мишке нос, ждёт удача. Напротив медведя в постамент вмонтирована медная табличка с гербом Пермского края, датой установки и авторами скульптуры».

С тифлокомментарием лаконично переплетается и деталь экскурсионного рассказа — причина, по которой уши и нос медведя такие яркие, в отличие от остальной скульптуры. Также здесь можно обратить внимание экскурсантов на происхождение герба и медведя как неотъемлемого символа города.

Ещё глубже в историю экскурсантов погрузит следующая скульптурная композиция, посвященная пермскому звериному стилю. Не все детали находятся на высоте, доступной для тактильного осмотра, однако к некоторым барельефам прикоснуться получится. На этом этапе очень важно правильное составление тифлокомментария и обращение к воображению экскурсантов. Довольно просто представить себе медведя и намного сложнее представить себе человеколоя. Даже дать исчерпывающее, но лаконичное описание диковинных сюжетов, сохранившихся на украшениях и воплощенных в скульптурах, — это уже достаточно сложная задача. С точки зрения рассказа можно сделать акцент на уникальности найденных образцов этого древнего искусства, а также на попытках превратить его в часть современного туристского бренда города Перми.

Примерный тифлокомментарий к скульптуре «Кама-река» звучит следующим образом:

«Скульптурная композиция представляет собой пять столбов высотой около трёх метров каждый, выполненных из каменной известняка разного размера. На камнях рельефно изображены различные элементы пермского звериного стиля. На трёх центральных столбах, как на опорах, расположена металлическая ладья, длиной около четырёх метров. На каждом столбе на разной высоте расположены рельефные модели пермского звериного стиля. Все

они выполнены из металла. Так, на крайнем правом столбе находится, пожалуй, самый знаменитый сюжет — медведь в жертвенной позе. Изображение расположено на плоской прямоугольной поверхности и представляет собой морду медведя и две передние лапы, расположенные по бокам, так, словно медведь положил свою голову на землю между лапами».

После реконструкции сквера перед гостиницей «Урал» в 2021–2022 гг. здесь появились рельефно-графические схемы с планом парка, наименованием основных зон, дополненные шрифтом Брайля. Минус заключается в том, что схемы расположены достаточно высоко и недоступны для осмотра, например, незрячими детьми. Также и сама скульптурная композиция «Кама-река» стала недоступной для тактильного осмотра — её сместили с тротуара в центр клумбы. Остается одно — экскурсоводу взять с собой сувениры в форме бляшек Пермского звериного стиля и предлагать их для тактильного осмотра при описании скульптуры.

Интересным для тактильного осмотра является «Мост дружбы», расположенный слева от спуска на набережную. Этот необычный объект был создан мастерами в честь десятилетия побратимских отношений Перми и Дуйсбурга. Этот памятник представляет собой мост, перила которого выполнены из цельного пласта металла. Поверх него нанесён барельеф, отражающий основные достопримечательности городов побратимов: с одной стороны изображены пермские достопримечательности, в том числе Спасо-Преображенский собор, большая деревянная буква «П», Ротонда и другие, а с другой стороны достопримечательности Дуйсбурга. На этом этапе уместно обратить внимание экскурсантов на достопримечательности Перми, отраженные на барельефе и доступные для тактильного осмотра в таком виде, и рассказать историю побратимских отношений между городами.

Инклюзивная обзорная пешеходная экскурсия по г. Перми была проведена в мае и июне 2021 года для студентов направления туризм (которым были предложены повязки на глаза) и для людей с инвалидностью по зрению — участников инклюзивной театральной форум-лаборатории Верб-Team [3]. Помимо названных объектов экскурсия включала сквер Уральских добровольцев и памятник-часовню погибшим при пожаре в клубе Хромая лошадь, Театр «У Моста» и старинное здание пожарной части, Соборную площадь и Художественную галерею, Центральный выставочный зал с барельефной стеной, часовню св. Стефана

Пермского с фигурными элементами кирпичной кладки, особняк купчихи Токаревой и Ремесленный двор.

В подобной экскурсии очень важно составить грамотный текст экскурсионного рассказа с лаконичным включением в него тифлокомментария. На некоторых этапах тифлокомментарий будет единственным способом получения информации об объекте показа, поэтому описание должно быть живым и исчерпывающим, но не сложным [3].

Проанализировав инфраструктурное состояние города Перми и попробовав применить технику тифлокомментирования, мы приходим к выводу о том, что создание инклюзивной пешеходной обзорной экскурсии по городу Перми для людей с инвалидностью по зрению возможно, но отягощено множеством факторов, одни из которых могут быть преодолены усилиями экскурсовода (мастерство рассказа, владение приемами тифлокомментария, наличие на маршруте тактильных объектов, набор тактильных предметов в портфеле экскурсовода. Приемы тифлокомментария способны освоить специалисты музеев, экскурсоводы и этот несложный в освоении навык значительно расширяют социокультурное пространство города. Проблемы безбарьерной городской среды, доступных для тактильного осмотра объектов, этикетажки с шрифтом Брайля, обустройство мест общего пользования, адаптированных для людей с инвалидностью по зрению, должны решаться на уровне муниципального управления с привлечением экспертов — представителей целевой аудитории.

Фирсова Анастасия Владимировна,

к. геогр. н., доцент кафедры туризма,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
firssowa@mail.ru

Библиографический список

1. ГОСТ Р 59813-2021. Тифлокомментирование. Общие требования // <https://tiflocentre.ru/download/gost-r-59813-2021.pdf> (дата обращения 02.12.2022).
2. Обух П. А., Корнеев М. О. Пособие по тифлокомментированию / Рос. госуд. соц. ун-т; Хабаров. краев. спец. 6-ка для слепых. М., 2017. 80 с.
3. Позднякова М. А. Проектирование пешеходной экскурсии по г. Перми для слабовидящих и незрячих людей // Географическое изучение территориальных систем. Сборник материалов XV Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. Под редакцией А. А. Сафаряна. Пермь, 2021. С. 250–254.

А. Г. Парфенова

ГБОУ СОШ № 625 Невского района Санкт-Петербурга

УДК 379.822

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИЙ В ФОРМАТЕ izi.TRAVEL

на примере экспозиции музея «Боевое братство»

ГБОУ СОШ № 625 Невского района Санкт-Петербурга

В данной статье рассматриваются особенности формирования экскурсий в формате izi.TRAVEL на примере экспозиции музея «Боевое братство» ГБОУ СОШ №625 Невского района Санкт-Петербурга. Автор представляет основные исторические сведения об экспозиции школьного музея «Боевое братство», истории локальных войн и конфликтов, Афганской и Чеченской войнах, военных событиях, произошедших на Северном Кавказе; Всероссийской общественной организации ветеранов «Боевое братство». Особое внимание в статье уделяется вопросу формирования экскурсий в формате izi.TRAVEL, подробно описываются этапы реализации деятельности по составлению экскурсий, технические особенности. В результате автор приводит пример экскурсии в музей «Боевое братство» ГБОУ СОШ №625 Невского района Санкт-Петербурга, краткую информацию о проекте и qr-код для детального просмотра проекта данной экскурсии. Далее в статье подчеркнуты результаты деятельности по формированию экскурсий в формате izi.TRAVEL, а также значимость итогового проекта рассматриваемой выше экскурсии. Кроме того, в статье приводится текст подробной экскурсии в музей «Боевое братство» по следующим разделам: «Локальные войны и конфликты», «Афганистан: подвиг, память и боль», «Военные операции на Северном Кавказе. Герой России — Виктор Дудкин», «Десантники 6-ой роты. Шаг в бессмертие», «Боевое братство: от истории к воспитанию». В мобильном приложении и на сайте izi.TRAVEL представлены аудиозаписи экскурсий по каждому из вышеуказанных разделов. В заключении статьи автор указывает на перспективы развития проекта экскурсии в музей «Боевое братство» в формате izi.TRAVEL.

Ключевые слова: экскурсия, izi.TRAVEL, музей «Боевое братство», ГБОУ СОШ №625 Невского района Санкт-Петербурга.

A. G. Parfenova

School № 625, St. Petersburg

PECULIARITIES OF EXCURSIONS FORMATION IN THE izi.TRAVEL FORMAT

on the Example of the Museum "Battle Brotherhood" Exposition of GBOU Secondary School No. 625 Nevsky District of Saint Petersburg

This article discusses the features of the excursions formation in the izi.TRAVEL format. As example, author considered the exposition of the Museum "Combat Brotherhood" is placed in GBOU secondary school No. 625 of the Nevsky district, St. Petersburg. The author presents the main historical information about the exposition of the school museum "Combat Brotherhood", the history of local wars and conflicts, the Afghan and Chechen wars, military events that took place in the North Caucasus; All-Russian Public Organization of Veterans "Combat Brotherhood". Particular attention in the article is paid to the formation of excursions in the izi.TRAVEL format, the stages of the activities implementation for the excursions preparation and technical features are described in detail. As a result, the author gives an example of an excursion in the Museum "Combat Brotherhood" GBOU secondary school No. 625 of the Nevsky district of St. Petersburg, brief information about the project and a qr-code for a detailed view of the project. Further, the article highlights the results of the activity on the excursions formation in the izi.TRAVEL format, as well as the significance of the final project of the excursion considered above. In addition, the article provides the text of a detailed excursion to the Museum "Combat Brotherhood" in the following sections: «Local wars and conflicts», «Afghanistan: feat, memory and pain», «Military operations in the North Caucasus. Hero of Russia — Viktor Dudkin», «Paratroopers of the 6th company. Step into immortality», «Combat brotherhood: from history to education». In the mobile application and on the izi.TRAVEL website, there are audio recordings of excursions for each of the above sections. At the end of the article, the author points out the prospects for the excursion project development of the Museum of «Combat Brotherhood» in the izi.TRAVEL format.

Keywords: Excursion, izi.TRAVEL, museum «Combat Brotherhood», GBOU secondary school No. 625 of the Nevsky district of St. Petersburg.

На сегодняшний день особенно актуально использование в музейной деятельности информационных технологий, позволяющих отразить направленность, особенности музея, экспозицию и экспонаты в цифровом формате. Информационный ресурс *izi.TRAVEL* помогает пользователям создавать виртуальные музеи, аудиогиды и даже квесты, доступные не только на экране ПК, но и на мобильных устройствах [1].

Музей «Боевое братство» ГБОУ СОШ №625 Невского района Санкт-Петербурга свято хранит память о событиях локальных войн и военных конфликтов России. Следует подчеркнуть, что Всероссийская общественная организация ветеранов «Боевое братство» — крупная и влиятельная ветеранская общественная организация в России, объединившая воинов-интернационалистов, участников боевых действий, ветеранов Вооружённых Сил, правоохранительных органов и ветеранов труда. В музее представлены экспозиции, представляющие вооружённые конфликты, события, произошедшие в «горячих точках». Особое внимание уделяется подвигу Героя России В. Е. Дудкину, который трагически погиб при исполнении служебного долга в Северо-Кавказском регионе во время первой Чеченской войны. Экспозиция музея рассказывает о подвиге В. Е. Дудкина, военных событиях июня 2004 года, проходивших в городе Назрань республики Ингушетия; хранит суворовскую форму, каску и другие личные вещи Героя России [4].

Кроме того, особенно подробно представлены война в Афганистане с 1979 по 1989 г. г., Чеченская война с 1994 по 2009 г. г. на Северном Кавказе, Корейская война с 1950 по 1953 гг, Вьетнамская война с 1961 по 1975 г. г. в Азии, вооружённые конфликты Африки в Алжире, Анголе, Конго; военные перевороты Латинской Америки на Кубе, в Никарагуа, Арабо-Израильский конфликт с 1948 года по настоящее время и Иракская война с 2003 по 2011 год на Ближнем Востоке. Важно то, что в этих войнах также принимали участие спецподразделения — «Альфа» и «Вымпел», которые известны как наиболее эффективные силовые подразделения в мире [2].

В экспозиции музея, посвящённой началу боевых действий в Афганистане с конца декабря 1979 г. представлены оригинальные экспонаты войны бездушно и безразлично «забвенной» поколением 90-х и «нулевых» — «войны без победы». Главными экспонатами экспозиции являются «пуштунка» — головной убор «мирного афганца», арафатка, что использовалась для защиты лица в пустынной местности от песка; табакерка, чёрно-белые фотографии с мест событий; пожелтевшая от времени

февральская 1989 года выпуска газетная вырезка из «Комсомольской правды» со словами Александра Розенбаума «Песни о чёрном тюльпане», ставшего гимном всем сложившим головы воинам за безопасность южных рубежей нашей необъятной Родины. В витринах музея можно увидеть автоматические гранатомёты АГС-17 и ПКМ, фото самолётов Су-25 [2].

Ветераны всегда были и остаются частыми почётными гостями на уроках Мужества, торжествах, посвящённых памятным датам России, Дням воинской славы России, которые проводятся обучающимися и педагогами школы. В течение учебного года активистами музея «Боевого братства», а также участниками объединений отделения дополнительного образования детей «Юный экскурсовод», «Школа музейного проектирования» были организованы патриотические мероприятия.

Во время занятий объединения «Школа музейного проектирования» отделения дополнительного образования детей ГБОУ СОШ №625 Невского района были рассмотрены особенности работы сайта *izi.TRAVEL*, а также информативные данные о деятельности музея «Боевого братства». Во время занятий автором было предложено составить проект экскурсии в музей «Боевое братство» в формате *izi.TRAVEL*. Проект экскурсии в музей «Боевое братство» в формате *izi.TRAVEL* позволяет отразить пространство школьного музея с помощью информационных технологий. Находясь вне здания школы, экскурсанты могут получить основные сведения о его экспозиции, прослушать текст экскурсии, получить информационные сведения о героях России, локальных конфликтах, Чеченской, Афганской войнах, военных событиях Северного Кавказа. Проект экскурсии в музей «Боевое братство» в формате *izi.TRAVEL* направлен на ознакомление с экспозицией школьного музея школьников и педагогов.

Прежде всего, для формирования проекта экскурсии в музей «Боевое братство» в формате *izi.TRAVEL* было необходимо изучить исторические сведения о деятельности музея «Боевое братство» и ознакомиться с его экспонатами. В результате, была выделена важная информация о каждом из разделов экспозиции школьного музея и составлен текст экскурсии в музей «Боевое братство». Текст экскурсии разделен на пять разделов, согласно представленной экспозиции: «Локальные войны и конфликты», «Афганистан: подвиг, память и боль», «Военные операции на Северном Кавказе. Герой России — Виктор Дудкин», «Десантники 6-ой роты. Шаг в бессмертие», «Боевое братство: от истории к воспитанию». Текст экскурсии по каждому из разделов экспозиции представлен ниже.

Текст экскурсии по разделу экспозиции «Локальные войны и конфликты середины XX – начала XXI века»

Почти семь с половиной десятилетий назад закончилась вторая Мировая война, а многочисленные войны, большие и малые продолжают — Корейская (1950–1953 гг.), Вьетнамская (1961–1975 гг.), военные перевороты в Латинской Америке после революции на Кубе (с 1960-х до середины 1970-х гг.), войны на Ближнем Востоке (Иракская война в 2003–2011 гг.), нынешняя война в Сирии. СССР не везде участвовал официально, но выполнял условия политических договорённостей своих партнёров, на территории которых вспыхивали очаги боевых действий — обеспечивал финансирование официально действующего правительства, гуманитарное снабжение, направлял части ВВС, военных советников, в числе которых выполняли свой служебный долг специалисты силовых подразделений «Альфа», «Вымпел», ГРУ ГШ Вооружённых Сил России. В экспозиции музея представлено панно «Военные конфликты новейшей истории» — Ближний Восток, Латинская Америка, Юго-Восточная Азия, Африка, Северный Кавказ, Афганистан.

Текст экскурсии по разделу экспозиции: «Афганистан: подвиг, память и боль»

«Трагичной и кровавой в мирное время для советского народа стала война в Афганистане (1979–1989 гг.). Вводу советских войск 27 декабря 1979 г. на территорию Демократической Республики Афганистан для помощи братскому народу, избравшему демократический курс развития страны, предшествовали череда быстро сменяющих друг друга кровавых событий, связанных со свержением одного правителя другим, второго — третьим, политические интриги, искусно по-восточному сплетаемые каждым последующим правителем Афганистана, политический шантаж руководителями Афганистана в адрес руководства СССР, военный переворот с участием США, затем со стороны СССР, и постоянно меняющейся власти в Афганистане.

В экспозиции музея, посвящённой началу боевых действий в Афганистане с конца декабря 1979 г. и оперативному размещению Ограниченного контингента советских войск по гарнизонам вплоть до февраля 1980 г., представлены оригинальные экспонаты Афганской войны. Это «памятка о бдительности советскому воину-интернационалисту», которая вручалась 18-летнему мальчишке — солдату, как только он вступал на борт Ил-76, доставлявшего зелёных юнцов на войну.

В активной фазе боевых действий, в период с марта 1980 г. по апрель 1985 г., проявились как сильные стороны военного присутствия советского «старшего брата» с мощным боевым оружием, боевой техникой и экономическим потенциалом для показательного построения советского образа жизни, готового прикрыть крепким плечом «младшего братишку» — афганского «бачу»; пока тот не освоится, не окрепнет в построении «своего» демократического будущего против смертельной битвы с представителями мирового империализма (США, Пакистана, Китай, Саудовская Аравия), так и слабые стороны политической безграмотности, недалёковидности руководства советского государства.

В руководстве СССР никто не смог и предположить, что война «не наша война» может затянуться на 9 лет 1 месяц и 19 дней. За время активных боевых действий формировался тот самый русский характер, порою бесшабашный, безумный, в то же время героический. Молодые мальчишки выросли на войне, вспоминали военный опыт дедов, учились ответственности за товарища, который прикрывает твою спину от коварного и опытного противника. Там в условиях военно-полевого быта, в экстремальных обстоятельствах проявлялись хорошие и плохие качества того самого советского человека.

В период интенсивных боевых действий в Афганистане побывало 13 253 (Тринадцать тысяч двести пятьдесят три) офицера и генерала Вооружённых Сил СССР (без учёта личного состава) 40-й армии. Безвозвратные потери составили 14 (Четырнадцать) тыс. человек, включая пропавших без вести. Безвозвратные людские потери (убитые, умершие от ран и болезней, погибшие в катастрофах, в результате происшествий и несчастных случаев) — 14 453 (Четырнадцать тысяч четыреста пятьдесят три) человека.

Пропали без вести и попали в плен — 417 человек, 119 из них были освобождены: 97 вернулись домой, 22 живут в других странах. 11 654 (Одиннадцать тысяч шестьсот пятьдесят четыре) человека уволены по состоянию здоровья, 10 751 из них стали инвалидами».

Текст экскурсии по разделу экспозиции: «Военные операции на Северном Кавказе. Герой России — Виктор Дудкин»

Одна из экспозиций музея с семейными архивными фотографиями, реликвиями, личными вещами посвящена Виктору Евгеньевичу Дудкину. Сотрудник Управления «В» Центра Специального Назначения ФСБ России группа «Вымпел», Герой Российской Федерации,

Почётный член Санкт-Петербургского городского отделения Всероссийской общественной организации ветеранов «Боевое братство» — посмертно, зачислен первым в списки организации в 2005 году. Администрация, активисты общественной жизни школы и актив музея поддерживают тёплые дружеские отношения с Ольгой Васильевной Дудкиной, мамой Героя Российской Федерации. Актив музея старается держать Ольгу Васильевну в курсе гражданско-патриотических мероприятий, организуемых в школе. Она никогда не отказывает во встречах с подрастающим поколением, готова дать напутственные пожелания в будущую взрослую жизнь.

В вестибюле ГБОУ СОШ №625 Невского района Санкт-Петербурга у поста «Герой Российской Федерации Виктор Евгеньевич Дудкин» в День Героев Отечества (9 декабря), День Памяти В. Е. Дудкина (7 октября — день рождения героя), День Российской Армии (23 февраля) организуется временный Пост №1. Знаменная группа школы заступает в почётный караул с флагом школы и полноформатной копией флага Всесоюзной общественной организаций «Боевое братство». На памятную встречу прибывают суворовцы, ветераны «Боевого Братства». Всегда отвечает визитом на приглашение Высоцкий Игорь Владимирович, депутат Законодательного Собрания Санкт-Петербурга. Возлагаются цветы к стеле Героя России в вестибюле школы, к фотографии Героя России в музее, к мемориальной гранитной доске на доме № 5, корпус 2 по улице Джона Рида, где проживал Виктор Дудкин до последней служебной командировки на Северный Кавказ [4].

Текст экскурсии по разделу экспозиции: «Десантники 6-ой роты. Шаг в бессмертие».

В экспозиции музея, посвящённой 6-ой роте, представлены общая фотография с 84 погибшими десантниками, схема боя на высоте 776, ставшего для них последним в их недолгой жизни, фотография памятника десантникам в Невском районе Санкт-Петербурга. Эпизод Второй Чеченской войны — бой у высоты 776, в ходе которого с 29 февраля по 1 марта 2000 года 6-я рота 2-го батальона 104-го гвардейского парашютно-десантного 76-ой гвардейской воздушно-десантной дивизии (Псковской) под командованием подполковника М. Н. Евтюхина вступила в бой со значительно превосходящим по численности отрядом чеченских боевиков, руководимых Хаттабом, под Аргуном в Чечне, на рубеже Улус-Керт — Сельментаузен, на высоте 776.

После падения города Грозного в начале февраля 2000 года крупная группировка чеченских боевиков отступила в Шатойский район Чечни, где 9 февраля была блокирована федеральными войсками российской армии. По позициям боевиков наносились авиаудары. 22-29 февраля продолжалась битва за Шатой, после чего две крупные бандгруппы, под руководством Руслана Гелаева и Хаттаба, вышли из окружения. С соединением Хаттаба, прорвавшимся в район Улус-Керта, и пришлось сразиться роте псковских десантников.

За день до окончания боев в Шатое (28 февраля) командиром 104-го полка полковником С. Ю. Мелентьевым командиру 6-й роты десантников майору С. Г. Молодову было приказано занять господствующую высоту Исты-Корд. После закрепления на высоте 776, которая находилась в 4,5 километрах от горы Исты-Корд, по направлению к конечной точке маршрута отправились 12 разведчиков.

Разведдозор 29 февраля принял бой с бандгруппой численностью около 20 боевиков и отошел к высоте 776. С этого боестолкновения и началось сражение, стоившее жизней 84 военнослужащих двух рот (помимо 6-й роты на высоте бились еще и 15 воинов 4-й роты во главе с майором А. В. Доставаловым — они занимали соседнюю высоту и пришли на помощь к товарищам вопреки приказу). Бой на высоте 776 начался всего через 4 часа после взятия федералами Шатоя. Было очевидно, что противоборствующие силы неравны — сседающими боевиками поначалу сражались лишь 2 взвода 6-й роты. Третий, растянувшийся при подъеме на высоту на 3 километра, обстреляли и уничтожили на ее склоне. На исходе 29 февраля рота потеряла убитыми больше трети личного состава.

Один из шести уцелевших бойцов 6-роты Андрей Поршневу вспоминал, что боевики шли на десантников стеной: «Наши положат одну «волну», через полчаса с криками «Аллах акбар» идет другая». По бандитам работала артиллерия артдивизион 104-го парашютно-десантного полка. Но российским бойцам было непонятно, почему нет подмоги — ведь неподалеку располагалась 4-я рота. Противники сходились в рукопашную, отступившие боевики потом по рации предлагали десантникам за свободный проход деньги. На помощь вопреки приказу ранним утром 01 марта к окруженным товарищам прорвались 15 десантников из 4-й роты, занимавшей оборонительные рубежи на соседней высоте. Приказа идти на помощь им никто не давал. Безуспешно пытались пробиться к высоте 776 десантники 1-й роты 1-го батальона. Переправляясь через реку Абазулгол, они нарвались на засаду

и вынужденно закрепились на берегу. Когда 3 марта все же вышли к позициям 6-й роты, было уже поздно...

Указом Президента Российской Федерации 22 десантникам было присвоено звание Героя России (21 из них — посмертно), 68 солдат и офицеров 6-ой роты награждены орденами Мужества (63 из них — посмертно). 07 ноября 2015 года в парке Воинской славы, ныне парк «Боевого Братства», Санкт-Петербурга открыт памятник погибшим десантникам. Каждый первый день весны у памятника встречаются ветераны-десантники, представители патриотических, общественных организаций, образовательных учреждений, жители Санкт-Петербурга, чтобы отдать дань памяти, положить цветы к подножию монумента защитникам Отечества. В музее «Боевое братство» этому дню посвящаются встречи актива музея с обучающимися 5–11 классов школы с представлением музейной экспозиции и художественно-творческой презентации «Памяти героев-десантников».

Текст экскурсии по разделу экспозиции: «Боевое братство: от истории к воспитанию».

Экспонаты и документы музея раскрывают историю участие представителей Всероссийской общественной организации ветеранов «Боевое братство» в числе солдат и офицеров Вооружённых Сил СССР и Российской Федерации, сотрудников правоохранительных органов и спецслужб, участвовавших в боевых действиях по оказанию международной военной, гуманитарной помощи в Афганистане; в борьбе с бандформированиями на Северном Кавказе, в разминировании территорий в горячих точках.

Одним из таких интересных экспонатов считается металлоискатель. Его преподнёс в дар офицер в запасе Саласин Александр Анатольевич, участник контртеррористической операции в Чечне 1999–2000 годов. Экспонат ценен тем, что он представляет собой действующее устройство для обнаружения металлических предметов, в том числе, залегающих на определённой глубине в грунте. Кроме того, этот прибор «прошёл» испытание несколькими тысячами километров в боевой обстановке в качестве миноискателя в руках офицера инженерных войск. Не одна тысяча обнаруженных смертоносных мин, снарядов, взрывных устройств на боевом счету этого, теперь уже музейного экспоната.

Следующий экспонат — блокнот сапёра, представляющий жизнь военного инженера. Каждая, пожелтевшая страница — «лист времени», вместивший трудовой пот военного

строителя, кровавые мозоли солдата-труженика Отчизны, переживания за мирное, безопасное будущее людей, за жизни которых в ответе своим ратным трудом. Блокнот сапёра офицера «разрушителя-созидателя», готового «умело разрушить» мост над любой рекой и профессионально навести переправу, в зависимости от поставленной задачи. Блокнот, вместивший в 150 листов убористого каллиграфического почерка, знания о контроле состояния канатов грузоподъёмных машин до тактико-технических характеристик кумулятивных зарядов.

Деятельность музея не стоит воспринимать в рамках его прописанного профиля — военно-исторического. На примере исторических событий современности, которые ещё остры и свежи в памяти ветеранов Афганистана, Чечни, можно более точно передать и суть самого факта истории, и сравнить мировоззрение, настроение, патриотическое восприятие поколений молодых людей времён СССР и нынешнего поколения России. На площадке музея проводятся регулярные встречи с ветеранами современных войн, боевых конфликтов и с ветеранами Великой Отечественной войны, с жителями Невского района — родителями обучающихся.

Актив музея и администрация ГБОУ СОШ № 625 Невского района Санкт-Петербурга привлекает обучающихся к участию в патриотических проектах Всесоюзной общественной организации ветеранов «Боевое братство»: «Бессмертный полк», «Память сильнее времени». Исследовательские проекты с использованием экспонатов музея представляются обучающимися школы на выездных районных краеведческих конкурсах. В Дни воинской славы России, Памяти Героя Российской Федерации В.Е.Дудкина всегда посещает музей Депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга Игорь Владимирович Высоцкий. В музей часто поступают предложения что-либо передать в дар от ветеранов «Боевого братства» — экспонаты от ветеранов боевых действий в горячих точках. Актив музея приглашает ветеранов района на площадку музея для представления им своих исследовательских, поисковых проектов гражданско-патриотической направленности для последующего обсуждения, дискуссий, дебатов. Представители «Боевого братства» всегда с готовностью откликаются на просьбу участвовать в проведении «Уроков мужества!»

«Никто, кроме нас!» — есть такой девиз у братства десантников. Руководствуясь, ставшим уже негласным для актива музея «Боевое братство» правилом, на площадке

музея организуются регулярные встречи обучающихся школы с ветеранами современных боевых конфликтов. На уроках мужества ребята отдают дань памяти погибшим в военных конфликтах минутой молчания, несут вахту памяти в школе на посту № 1 у стелы Виктора Дудкина с флагами школы и «Боевого братства», возлагают красные гвоздики в память о погибших за пределами Родины, с честью выполнивших свой служебный, гражданский долг. Школьники используют музейные экспонаты в школьных, районных, региональных и международных конкурсах, в патриотических исследовательских и поисковых проектах. В экспозицию вводятся вновь принятые экспонаты от ветеранов боевых действий, продолжающих службу в горячих точках, от сослуживцев и родственников, ушедших из жизни ветеранов Вооружённых Сил, Министерства Внутренних дел СССР и Российской Федерации. За время активной деятельности у активистов музея сформировался свой принцип: «Чтим и помним!».

При составлении текста экскурсии использовалась историческая литература, документальные источники, анализировалась информация об объектах экспозиции и экспонатах. Далее указанный выше текст экскурсии был записан в формате аудиофайлов, которые далее использовались для воспроизведения звука экскурсии, сформированной в цифровом формате. Для того, чтобы создать новую экскурсию на портале izi.TRAVEL необходимо осуществить следующие этапы реализации:

1. Зарегистрироваться на сайте izi.TRAVEL.
2. В верхней панели интерфейса сайта izi.TRAVEL выбрать раздел «создать музей».
3. В появившееся окошко необходимо внести недостающие данные о музее и нажать клавишу «Создать».
4. В появившееся окошко профиля необходимо внести название музея, описание музея и прикрепить ранее записанный аудиофайл: «Общие сведения о музее», а также загрузить изображением — фото профиля музея.
5. В левом углу верхней панели интерфейса сайта izi.TRAVEL необходимо нажать на раздел музей.
6. В появившемся окошке необходимо заполнить раздел «экспонаты»: создать экспонат, после чего внести название, описание и прикрепить ранее записанный аудиофайл экскурсии по данному разделу.
7. Последовательно загрузив информацию о имеющихся экспонатах, необходимо нажать в верхней строке на изображение «компьютера» — показать на izi.TRAVEL [6].

Итоговым проектом является экскурсия в музей «Боевое братство» в формате izi.TRAVEL. На рисунке представлена краткая версия проекта, которую можно показать с помощью сайта izi.TRAVEL. Краткая версия проекта включает краткую информацию о музее Боевого братства ГБОУ СОШ № 625 Невского района Санкт-Петербурга, а также экспонаты с озвученной историей. Кроме того, все материалы, имеющиеся на информационном ресурсе izi.TRAVEL можно просмотреть с помощью QR-кода, что изображено на рисунке 1.

Проект экскурсии в музей «Боевое братство» в формате izi.TRAVEL можно просматривать с помощью мобильного приложения izi.TRAVEL. По итогам реализации проекта экскурсии в музей «Боевое братство» в формате izi.TRAVEL можно выделить следующие результаты:

1. Изучение исторических сведений о деятельности музея «Боевое братство».
2. Ознакомление с экспонатами музейной экспозиции музея «Боевое братство».
3. Составление текста экскурсии в музей «Боевое братство».
4. Создание аудиофайлов текста экскурсии в музей «Боевое братство».
5. Ознакомление с сайтом izi.TRAVEL и рассмотрение особенностей его работы.
6. Разработка виртуального музея «Боевое братство», экскурсии и аудиогид по экспонатам его экспозиции.

В итоге было сформировано виртуальное пространство музея «Боевое братство», по экспозиции которого составлена экскурсия и записан аудиогид в формате izi.TRAVEL [3]. Проект экскурсии в музей «Боевое братство» в формате izi.TRAVEL можно просматривать с помощью мобильного приложения izi.TRAVEL, что особенно актуально в современное время цифровых технологий [5]. Кроме того, наличие виртуального музея и аудиогид позволяет изучать информацию о музее и его экспозиции, а также применять её в различных отраслях знаний, не выходя из дома, что особо востребовано во время



Рис. 1: QR-код для просмотра проекта экскурсии в музее «Боевое братство» в формате izi.TRAVEL

коронавирусных ограничений и эпидемиологической опасности сезонных заболеваний, зачастую ограничивающих доступ в образовательные учреждения.

Проект экскурсии в музей «Боевое братство» в формате *izi.TRAVEL* представлен на официальном сайте государственного бюджетного общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школы №625 с углубленным изучением математики Невского района Санкт-Петербурга имени Героя Российской Федерации В.Е. Дудкина в разделе «Объект инфраструктуры «Музей»»: <http://625school.ru/museum> [2]. Кроме того, на основе данного проекта автором преподавался раздел курса лекций «Виртуальный музей. Формирование экскурсий и аудиогидов в формате *izi.TRAVEL*» объединения отделения дополнительного образования детей «Школа музейного проектирования».

В качестве перспективы для развития является продолжение работы по данной теме, а именно формирование экскурсии по парку Боевого братства в формате *izi.TRAVEL*, что в дальнейшем будет представлять комплекс мобильных приложений на тему «Боевое братство. Локальные войны и конфликты. Наши Герои — земляки».

Парфенова Алёна Гадировна,

заведующий ОДОД, методист, педагог дополнительного образования детей ГБОУ СОШ №625 Невского района Санкт-Петербурга;
aljonka2401@mail.ru

Библиографический список

1. Гусейнова А.Г. Перспективные направления военнопатриотических образовательных экскурсий Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Современные проблемы туризма и сервиса. - 2020. - Т.14. №3. - С. 82-91.
2. Объект инфраструктуры «Музей образовательного учреждения «Боевое братство»»//Школа № 625 Невского района Санкт-Петербурга.[Электронный ресурс]. URL: <http://625school.ru/museum>. (дата обращения: 12.01.2021)
3. Петрова Ю. А. Виртуальный музей как эффективный инструмент сохранения культурного наследия и развития музейных систем // Вестник СПбГУ. 2012. Сер. 6. Вып. 3. С. 132–138.
4. Позывной маус. «Совесть моя чиста и такой должна оставаться» [Электронный ресурс]. URL:<https://www.specnaz.ru/articles/292/22/3881.htm?ysclid=lb0g7pri9e865254087>(дата обращения: 12.01.2021).
5. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. 2014. № 10 (94). С. 128–138.
6. Школьный музей «Боевое Братство» [Электронный ресурс]. URL: <https://cms.izi.travel/33824/museums/1216298> (дата обращения: 28.11.2022).

Дорогие коллеги!
Приглашаем вас к публикации
в научном рецензируемом журнале
«ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ»

С 2005 года кафедра туризма географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета издает сборник научных трудов «География и туризм». В 2016 г. издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, с 2018 года является периодическим научно-практическим журналом, рецензируемым РИНЦ.

Для публикации в журнале принимаются статьи
по следующим направлениям:

1. Теория и практика туризма. Туристское проектирование
2. Современные тенденции в международном сервисе и туризме
3. Сервис и туризм: региональное экономическое развитие
4. Экология и туризм
6. Оценка туристского потенциала и туристское районирование
7. Культурная география
8. Экскурсионный практикум, музейное дело
9. «Путешествие географа»: очерки и эссе

Рекомендации по оформлению материалов:

Объем статьи (включая текст, рисунки, таблицы, библиографический список) от 0,5 до 1 печ. листа (7–14 стр.). Формат Word, размер шрифта — кегль 12, интервал — 1,5, поля — по 1 см., максимум 2 рисунка, 2 таблицы. К статье прилагается развернутая аннотация, которая отражает суть исследования и ключевые слова на русском и английском языках, а также информация об авторах (ФИО полностью, ученая степень, звание, должность, место работы, на русском и английском языках, контактный телефон, почтовый адрес и e-mail). Библиографический список оформляется по алфавиту, в тексте в квадратных скобках указывается порядковый номер источника по образцу: [1, с. 12-20]. Ссылки на электронные ресурсы оформляются согласно ГОСТ Р 7.07-2009 (с указанием даты доступа).

Журнал зарегистрирован как печатное издание, распространяется по профильным кафедрам вузов России и ближнего зарубежья. Гонорары авторам не выплачиваются.

Материалы принимаются два раза в год: до 15 мая и до 15 октября текущего года в электронном виде по e-mail: *firssowa@mail.ru* и *turizm@psu.ru* Фирсовой Анастасии Владимировне.

За дополнительной информацией, а также по вопросам приобретения журнала можно обращаться по телефону (342) **239-66-01** или **614990**, **Россия, Пермь, ул. Букирева, 15, Пермский государственный национальный исследовательский университет, географический факультет, кафедра туризма.**

Коллектив кафедры туризма географического факультета
Пермского государственного национального
исследовательского университета
открыт для сотрудничества и общения!

Научное издание

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ
Geography and Tourism

Научный рецензируемый журнал

Выпуск 2 (10) /2022

Корректор Фирсова А. В.
Компьютерная верстка: Сидоров В. В.

Адрес учредителя, издателя:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Пермский государственный
национальный исследовательский университет.

Адрес редакции:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Географический факультет
Тел.: (342) 2-396-601;
e-mail: *turizm@psu.ru; firssowa@mail.ru*

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
Адрес: г. Пермь, ул. Букирева, 15

Отпечатано в ООО «Литера»
г. Соликамск, Соликамское шоссе, 17.

Цена свободная

Подписано в печать 28.12.2022
Выход в свет: 30.12.2022
Формат 60х84/8. Усл. печ. л. 12,79
Тираж 250 экз. Заказ 1927.