

**1/2020**

научный  
рецензируемый  
журнал

ПЕРМСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
Географический факультет  
Кафедра туризма

# ГЕОГРАФИЯ и ТУРИЗМ

## GEOGRAPHY AND TOURISM

*Тема номера:*  
**ТУРИЗМ В ГЛУБИНЕ РОССИИ**



# ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ

# GEOGRAPHY AND TOURISM

научный рецензируемый журнал

1/2020

тема номера:

## ТУРИЗМ В ГЛУБИНЕ РОССИИ

**Учредитель:**

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

**Издатель:**

Федеральное государственное 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., Москва),  
Волк Е.Н. (к. э. н., Пермь),  
Королев А.Ю. (к. г. н., Пермь),  
Мажар Л.Ю. (д. г. н., Смоленск),  
Миненкова В.В. (к. г. н., Краснодар)  
Мичурин С.Б. (к. г. н., Пермь)  
Мышлявцева С.Э. (к. г. н., Пермь)  
Сафарян А.А. (к. г. н., Пермь)  
Харитонова Н.В. (к. э. н., Пермь)

**Главный редактор:**

Зырянов А.И. (д. г. н., Пермь)

**Ответственный секретарь:**

Фирсова А.В. (к. г. н., 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](mailto:turizm@psu.ru), [firssowa@mail.ru](mailto:firssowa@mail.ru)

# СОДЕРЖАНИЕ

## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

Зырянов А.И., Зырянова И.С. МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ В РОССИИ	5
Мышлявцева С.Э. РЕЧНОЙ КРУИЗНЫЙ ФЛОТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	13
Рукомойникова В.П. ВИЗУАЛИЗАЦИЯ «СЕРЕБРЯНОГО» ВОЗРАСТА В РЕКЛАМЕ ТУРИЗМА	18
Кицис В.М., Родькина В.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА	22

## ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Пониматкина Л.А. ТУРИСТСКИЙ БИЗНЕС В СИТУАЦИИ ПАНДЕМИИ COVID-19: ПРОБЛЕМЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ	26
Волк Е.Н. КЛИЕНТОЦЕНТРИРОВАННЫЙ ПОДХОД И ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	31
Овчинникова И.Г. ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	36
Веденников А.П. СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В РЕАЛИЯХ ПАНДЕМИИ-2020	45
Вольхин И.Л. АКТУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ	48

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Миненкова В.В. РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ СУБЪЕКТОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА	52
Калабкина И.М. РЫНОК САНАТОРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ	58
Лимпинская А.А. ДЕТСКИЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ В ПЕРМСКОМ КРАЕ	63
Шаронова Е.А. РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ	68
Харитонова Н.В., Жуланова В.В. РЕКРЕАЦИОННОЕ БЛАГОУСТРОЙСТВО МАЛОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. ДОБРЯНКА ПЕРМСКОГО КРАЯ)	74
Диулина В.В. ВЛИЯНИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ Г. АЗОВА РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	79

# АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

**Королев А.Ю.** ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ПЕРМСКОМ КРАЕ:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ

84

## ЭСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ И МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО

<b>Ивлиева О.В., Атеков Б.И.</b> УНЦУКУЛЬСКИЙ НАРОДНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРОМЫСЕЛ — ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС ДАГЕСТАНА	91
<b>Кицис В.М., Кусерова А.И.</b> ПУТЕШЕСТВИЕ В ГЛУБИНКУ МОРДОВИИ: ЛЕГЕНДЫ И МИФЫ СТАРЦЕВА УГЛА	96
<b>Козлова Н.Н., Наумкин Д.В., Степина М.М., Носкова Е.С.</b> ЖИЛА-БЫЛА ЛЕГЕНДА...	101
<b>Гусейнова А.Г.</b> ОСОБЕННОСТИ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ЭСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	106
<b>Фирсова А.В., Чурик А.А.</b> РАСШИРЕНИЕ ЛИТЕРАТУРНОГО ЛАНДШАФТА МУЗЕЯ «ДОМ ПАСТЕРНАКА» ПУΤЁМ СОЗДАНИЯ КВЕСТ-ИГРЫ	110

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, отдавая преимущество работам географического профиля. Тем не менее, журнал печатает интересные результаты исследований по отраслевым, технологическим вопросам туризма и туристского сервиса, маркетинга турпродуктов, работы по экскурсоведению и туристскому легендированию.

В настоящий выпуск журнала включены статьи, которые поступили в оргкомитет Всероссийского научно-практического семинара «Туризм в глубине России», традиционно проходящего в Пермском крае раз в два года в форме активного путешествия (сплава). Из-за ограничений, связанных с предупреждением распространения коронавирусной инфекции, очный формат семинара был отменён, а материалы докладов составили содержание настоящего выпуска журнала.

В журнал включены статьи представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды из городов Пермь, Москва, Санкт-Петербург, Саранск, Йошкар-Ола, Краснодар, Ростов-на-Дону, Азов, Кунгур.

В статьях номера рассмотрены вопросы теории и практики туризма, развития отдельных видов туризма в регионах. Ряд статей посвящен проблемам, которые испытывает отрасль в связи с введением мероприятий по предотвращению распространения COVID-19. Подняты актуальные вопросы и международного, и внутреннего туризма. Современная туристская сфера рассматривается на примере многих регионов и городов России.

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

# ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

А.И. Зырянов, И.С. Зырянова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 478.4:338.48:795

## МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ В РОССИИ

Межрегиональные туристские маршруты в нашей стране активно проектируются. Часто инициатива исходит от групп регионов в составе федеральных округов. Межрегиональные маршруты — это туры, охватывающие смежные регионы или территории, связанные тематически. Это маршруты, имеющие в основном культурно-познавательные цели. Среди межрегиональных маршрутов России образцами являются «Золотое кольцо» и круизы по рекам Волго-Камского бассейна среди которых по уникальности кольцевой формы пути выделяется «Московская кругосветка». Урал выделяется аттрактивными, логистическими и другими возможностями для организации межрегионального туристского маршрута. Разработка большого уральского маршрута, который познакомит с яркими и характерными объектами макрорегиона в целом, необходима для жителей страны и иностранных гостей. Кольцевая форма пути наиболее предпочтительна. Маршрутом следует объединить большинство уральских регионов. Следует включить в него главные города и малые исторические поселения регионов, разнообразные ландшафты, самобытные территории.

**Ключевые слова:** туризм, межрегиональные маршруты, проектирование маршрутов, Россия, Урал.

A.I. Zyrianov, I.S. Zyrianova

Perm State University

### INTERREGIONAL TOURIST ROUTES IN RUSSIA

Interregional tourist routes in our country are actively being designed. Often the initiative comes from groups of regions within federal districts. Interregional routes are tours covering related regions or territories related thematically. These are routes that have mainly cultural goals. Among the interregional routes of Russia, the Golden Ring and cruises along the rivers of the Volga-Kama basin are exemplary, among which the «Moskovskaya krugosvetka» stands out by the uniqueness of the ring shape of the route. The Urals are distinguished by attractive, logistic and other opportunities for organizing an inter-regional tourist route. The development of a large Ural route, which will introduce bright and characteristic objects of the macroregion as a whole, is necessary for residents of the country and for foreign guests. The ring shape of the line of tour is most preferred. The route should unite most of the Ural regions. It should include the main cities and small historical settlements of the regions, various landscapes and original territories.

**Keywords:** tourism, interregional routes, route design, Russia, the Urals.

© Зырянов А.И., Зырянова И.С., 2020

Зырянов Александр Иванович,  
д. геогр. н., профессор, заведующий кафедрой туризма, Пермский  
государственный национальный исследовательский университет;  
[ziryarov@pstu.ru](mailto:ziryarov@pstu.ru)

Зырянова Инна Станиславовна,  
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный  
национальный исследовательский университет  
[innaziryanova@mail.ru](mailto:innaziryanova@mail.ru)

**Введение.** Организация межрегиональных туристских маршрутов признана полезной и стала поддерживаться федеральной властью России. Министерство культуры Российской Федерации в 2016 году разработало «Методическое руководство по формированию конку-

рентоспособных туристских маршрутов» [11]. Межрегиональный маршрут определяется как тур, проходящий по территории двух и более субъектов Российской Федерации, приводящий культурно-познавательные, исторические, спортивные объекты регионов, отличительными характеристиками которого являются узнаваемость, круглогодичность, регулярность, завершенность, соответствие стандартам услуг. Согласно этим рекомендациям, задачей каждого региона должно стать создание базового маршрута как основы для формирования туров с разной тематикой. Базовые маршруты двух или нескольких соседних регионов могут стать частями межрегионального тура. Объединение возможностей каждого региона в общий тур будет способствовать увеличению турпотока в каждом регионе.

Эта разработка интересна, но вызывает замечания. Как связать базовые региональные маршруты, если их нитки не состыковываются, или они тематически различны? Межрегиональный маршрут должен быть логичным, поэтому его, по-видимому, целесообразно планировать «сверху». Его абрис должен намечаться исходя из пространства всей группы регионов, которая охватывается планируемым маршрутом. Таким образом, сначала должна быть определена группа регионов для маршрута и их общая значимая в туристском отношении тема.

Идея межрегиональных маршрутов не новая, такие маршруты были и раньше. Более того, именно межрегиональные маршруты наиболее распространены и наиболее отражают сущность туризма. Как правило, самые маршрутные виды туризма — межрегиональные. Это речные, морские и автобусные круизы, это автотуризм, это, как правило, активные путешествия.

В отличие от относительно стационарных видов туризма (бальнеологический, пляжный, горнолыжный, деловой, событийный, сельский), когда пребывание посетителя ограничивается одной дестинацией и одним регионом, маршрутные виды туризма часто по своей нитке межрегиональные и даже межгосударственные.

Речные круизы по Европейской части России, как правило, межрегиональные. Спортивные сплавы по уральским рекам предполагают пересечение границ субъектов РФ во время сплава (реки Чусовая, Сылва, Юрюзань), или — на этапах подъезда к рекам (р. Белая. Ай, Сакмары). Немало сплавных участков рек с пересечением границ субъектов РФ в Сибири (р. Чарыш, Песчаная, Бия, Белая, Иркут, Чая).

Многие популярные пешеходные и горные маршруты проходили и проходят из одно-

го региона в другой. Это знаменитая «тридцатка» — в прошлом массовый Всесоюзный маршрут, который и сейчас является довольно популярным путем для походов по Западному Кавказу из Адыгеи к Черноморскому побережью Краснодарского края. Во времена СССР горные спортивные путешествия связывали регионы Северного Кавказа с территориями Закавказья. В Средней Азии такие маршруты были характерны из Казахстана в Киргизию, соединяя Алма-Ату и озеро Иссык-Куль. Путешествия по маршрутам проходили из Киргизии в Таджикистан в районах Центрального, Северо-Западного Памира и по Памирскому автомобильному тракту. Посещение Фанских гор предполагало путешествие из Узбекистана в Таджикистан. Многие пешеходные маршруты на Урале построены по принципу «из одного региона в другой». Особенно это характерно для маршрутов по Северному Уралу и по Приполярному Уралу.

Современный белорусский опыт обозначения и сохранения «зеленых коридоров» — выделение полос для активных природно-ориентированных путешествий на границах регионов — является примером правильной организации межрегиональных маршрутов в населенных местностях [9].

Отметим, что существовавшие и существующие популярные межрегиональные маршруты географически логичны по своим идеям и ниткам. Эти пути как бы задаются, предопределяются свойствами территории.

Межрегиональность — характерное свойство туристских путешествий, это не новая тенденция. Почему же межрегиональные туристские маршруты сейчас особенно приводятся на уровне федеральной власти в России. Этому есть много объективных причин. Назовем только некоторые.

1. Маркетинговое продвижение небольших регионов эффективнее осуществлять не по отдельности, а по группам регионов, задавая одну общую тему;

2. Удачно спроектированные межрегиональные туристские маршруты могут быть предпосылкой налаживания межрегиональных транспортных связей, которые сейчас являются проблемным вопросом в стране;

3. Межрегиональный маршрут для смежных субъектов РФ может способствовать развитию их смежных периферий, если эта периферия задействуется в туристских программах.

**Типы межрегиональных туристских маршрутов в России.** Какие действующие и проектируемые межрегиональные туристские маршруты наиболее известны сегодня в России. Ряд из них сейчас активно приводятся федеральными органами власти. Среди них

основывающиеся на **исторических путях**. Такие маршруты планировать и проводить не просто, поскольку современные транспортные пути не всегда соответствуют историческим.

**«Великий шёлковый путь»** изучается специалистами историками и туроператорами с позиции современных возможностей маршрутного планирования. Все субъекты РФ в Северо-Кавказском федеральном округе соединяет культурно-познавательный маршрут в виде участка «Великого шелкового пути». Сложность в том, что этот исторический путь имел множество линий движения и представляет собой необычайно широкую зону, шириной от умеренного до субэкваториального поясов Евразии. Планирование путешествий по «Великому шёлковому пути» активно идет по многим разнообразным участкам этого пояса [8].

Регионы вдоль Транссиба разрабатывают маршруты **«Великого чайного пути»**. Многие города, расположенные на разных железнодорожных магистралях (Челябинск, Кунгур) претендуют на включение в маршрут. Маршрут «Великий чайный путь» наиболее продвинут на уровне межгосударственных отношений Китая, Монголии и России. Ряд публикаций посвящены организации таких путешествий на сибирских отрезках маршрута [1,9].

Этот тип межрегиональных путешествий как правило линейный, включающий смежные регионы. К нему относится и маршрут **«По пути Ермака»** из Прикамья в Сибирь, который некоторые уральские операторы практикуют, соединяя Пермский край, Свердловскую область, если маршрут водно-пешеходный, а иногда включают в маршрут и Тюменскую область, если путешествие экскурсионное культурно-познавательное.

Ряд маршрутов имеют **тематическую концепцию**. Проект **«Русские усадьбы»** охватывает Тульскую, Тверскую, Тамбовскую, Смоленскую, Рязанскую, Орловскую, Калужскую, Московскую, Воронежскую, Вологодскую и Брянскую области, в 2016 году к нему присоединяются Ленинградская и Псковская области. Тур **«Россия — родина космонавтики»** сейчас объединяет Москву, Московскую область, Калугу и Санкт-Петербург. В России не менее 30 городов, которых объединяет общая тема — космонавтика, поэтому число участников проекта увеличивается. Присоединяются к маршруту Ярославская и Смоленская области. Такие межрегиональные маршруты могут объединять несмежные регионы.

Многие **круизные маршруты на речных теплоходах** в России являются межрегиональными. К таким относятся путешествия по Волго-Камскому бассейну

(Пермь – Астрахань, Пермь – Санкт-Петербург). Один из таких маршрутов имеет кольцевую форму. Это **«Московская кругосветка»**, путь из Москвы по каналу имени Москвы, рекам Волге, Оке и Москве, с возвращением в столицу. На этом пути посещаются города и объекты восьми субъектов РФ. Это, наверное, один из самых логичных и четко выраженных межрегиональных маршрутов, поскольку следует по естественному пути на определенном виде транспорта и уникален кольцевой формой. Он насыщен экскурсионными объектами, связан с посещением не только центральных городов в регионах, но и многих периферийных населенных пунктов. Поэтому, этот маршрут значим как новая особенная связь смежных регионов в дополнение к обычным связям. В этом случае территориальная организация туризма дополняет, делает более сложной и насыщенной территориальную организацию общества, поскольку достраивает транспортную систему территории. Этот маршрут оптимален с туроператорских позиций, поскольку имеет максимальную продолжительность 10 дней, охватывает достаточно целостную в природном, историческом и социально-экономическом отношении территорию, при этом географически локально-мозаичную.

Популярнейшим межрегиональным культурно-историческим маршрутом является **«Золотое кольцо»**. Это кольцевой маршрут связывает города к северо-востоку от Москвы, где архитектурные достопримечательности с XII в. позволяют почувствовать атмосферу княжеств Древней Руси: Сергиев Посад, Переяславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Сузdalь, Владимир. Довольно часто включается в маршрут Кострома и Иваново, несколько реже Углич. Многие города и населенные пункты внутри этой территории и в окружении претендуют на участие в этом маршруте и включаются в туры. Это Александров, Городец, Гусь Хрустальный, Калязин, Кинешма, Муром, Мышкин, Палех, Плес, Рыбинск, Тутаев, Шuya, Юрьев-Польский и другие. Этот маршрут кольцевой, хотя многие туристы выбирают для посещения отдельные города и тогда нитка их путешествия может не иметь кольцевой формы. Используемый транспорт — автобус, автомобиль или поезд. Путешествия особенно привлекательны для иностранных туристов, но популярны и среди жителей России. Основные сегменты призывающих — путешественники среднего и старшего возраста, семейные туристы и школьные группы. Маршрут и бренд исключительно популярный. Это, возможно, самый известный туристский маршрут России, по крайней мере за границами страны. Зарубежные учебники по географии туриз-

ма описывают лишь только этот один маршрут в России. Это единственный туристский маршрут в России, название которого распространяется на группу смежных субъектов РФ и обрело вид народного наименования территории. Популярность бренда приводит к тому, что нередко происходит продажа под видом туров по «Золотому кольцу» других маршрутов Центральной России. Подведем итог, это маршрут тематический, культурно-исторический, охватывает смежные регионы, центральные и периферийные города регионов, имеет логичный кольцевой вид.

**Федеральные округа** проводят работу по совместному туристскому проектированию. В этой связи появляются новые межрегиональные туристские маршруты. Предложена идея автомобильного межрегионального маршрута в Центральном федеральном округе **«Дороги души державной»**, охватывающего одним путешествием многие города — региональные центры округа [12].

Оригинальная идея уже воплощается силами четырех субъектов РФ в туристском межрегиональном проекте маршрута **«Золотое кольцо Боспорского царства»**. Республика Крым, город Севастополь, Краснодарский край и Ростовская область выявляют и актуализируют археологические и другие туристские ресурсы, связанные с существованием древних греческих колоний и Боспорского государства. Средиземноморье с его историческим наследием — наиболее привлекательный туристский регион мира — имеет в северо-восточных пространствах новое естественное «продолжение» античной тематики. Маршрут призван расширить структуру видов туризма и диапазон рекреационных занятий на Азово-Черноморском побережье, преодолев узкую пляжную специализацию. В проект включаются следующие древние города: Геленджик (Торик), Керчь (Пантикопей), Анапа (Горгиппия), Севастополь (Херсонес Таврический), Новороссийск (Бата), Феодосия (Феодосия), Азов (Танаис), Евпатория (Керкинитида), Тамань (Гермонасса), Симферополь (Неаполь Скифский). Маршруты предполагаются продолжительностью до двух недель с разными видами транспорта — автобус, автомобиль, поезд, круизный лайнер. Интересно и то, что маршрут организуется силами всех регионов Южного федерального округа, идея разрабатывается Краснодарским отделением Русского географического общества.

Маршрут **«Золотое кольцо Сибири»** планируется как возможность познакомиться за одно путешествие с огромным сибирским макрорегионом [7]. Путь проходит по 12 субъектам РФ в Сибири, где посещаются следующие города и особенные природные объекты:

Омская область — Омск; Новосибирская область — Новосибирск; Алтайский край — курорт Белокуриха; Республика Алтай — озеро Манжерок, гора Малая Синюха, Чуйский тракт, Горно-Алтайск, поселок Артыбаш, Телецкое озеро; Кемеровская область — поселок Усть-Кабырза, курорт Шерегеш, Новокузнецк; Хакасия — Абакан; Тыва — Кызыл; Иркутская область — Иркутск, поселок Листвянка, озеро Байкал, Бурятия — Улан-Удэ, Забайкальский край — Чита, Красноярский край — Красноярск, Енисей, заповедник Столбы, Томская область — Томск. По маршруту предстоит ехать на поезде, на машине, лететь на самолете, переплыть Телецкое озеро на моторной лодке. Отметим, что этот экскурсионный маршрут включает много обширных регионов с большими расстояниями между местами посещения и организуется на такой территории, где сложно составить кольцевой путь. Тем не менее, если он будет востребован, то это свидетельствует о спросе на такие географические ознакомительные путешествия, целостно охватывающие большие российскими территориями.

Регионы Дальнего Востока и Забайкалья разрабатывают и продвигают маршрут **«Большое Дальневосточное кольцо»**, охватывающий Республику Саха (Якутия), Бурятию, Забайкальский, Камчатский, Приморский и Хабаровский края, Амурсскую, Иркутскую, Магаданскую и Сахалинскую области, Еврейскую автономную область и Чукотский автономный округ. Этот маршрут — единый бренд, а не единственная определенная нитка путешествия. «Большое Дальневосточное кольцо» включает семь действующих маршрутов: «Восточное ожерелье», «Восточное кольцо», «Пять стихий», «Тигровый бриллиант», «Легенды Тихого океана», «Огненный тигр» и «Праздник вкуса». Огромный, транспортно-доступный потенциальный туристский рынок Азиатско-Тихоокеанских стран стимулирует туристские маршрутные предложения на этом российском пространстве. Разрабатывается брендинг, подчеркивающий уникальность туристских ресурсов каждого из регионов-участников проекта. Так в Якутии это «Полюс холода», природный парк «Ленские столбы», «Бриллиантовая Якутия», спортивные игры «Дети Азии», а в Хабаровском крае — культура и декоративно-прикладное искусство малочисленных народов, речные круизы, рыболовный туризм; в Амурской области — это «Золотая миля» в городе Благовещенске и «Космическая Одиссея» с экскурсиями на космодром Восточный. Поскольку современная транспортная система Дальнего Востока с трудом позволяет организовывать кольцевые маршруты, появляются предложения развития морских туристских перевозок [2].

Маршрут «Серебряное ожерелье России» соединяет все регионы Северо-Западного федерального округа. Если «Золотое кольцо» охватывает в основном города Владимира-Сузdalской Руси, то в «Серебряное ожерелье России» входят в основном города древней Новгородской земли. Это также, как и на Дальнем Востоке, фактически не один конкретный маршрут, а межрегиональный туристский проект по созданию и обслуживанию комплекса маршрутов, проходящих по территориям, где сохранились уникальные памятники истории и культуры северо-запада России. Туроператорами подготовлены маршруты в рамках проекта: «Великий путь по Русскому Северу», «Петровские города», «Путешествие в Древнюю Русь», «По следам «варягов», «Форпосты России», «По святым местам». «Живая вода Северо-Запада России», «Северные порты России», «Деревянное зодчество», «Древо жизни», «Города-призраки Севера» и др.

Таким образом, межрегиональные туристские маршруты — это современное востребованное направление. Это реакция туроперейтинга на сложность туристского брендинга регионах-субъектов РФ по отдельности. Это желание организовать массовые и широко известные маршруты с помощью подключения туристских ресурсов целой группы регионов.

**Подходы к проектированию межрегионального маршрута на Урале.** Рассматривая крупные пространства России с позиции возможности организации межрегионального туристского маршрута, особенно выделяется Урал, где есть ресурсные и логистические основания создания сильной концепции и качественных программ. Более того, массово используемый межрегиональный туристский маршрут необходим для уральских регионов с экономических, социальных и образовательно-воспитательных позиций.

Используя накопленный российский опыт, принимая во внимание особенности Урала, попытаемся определить подходы к планированию межрегионального маршрута для знакомства с этим важнейшим макрорегионом России жителей нашей страны и иностранных туристов.

Географическое название «Урал» многозначно. Это и горная система, и экономический район, и федеральный округ. Это понятие имеет крепкий природный, историко-культурный и хозяйственный смысл. Урал — один из ярких идентичных и само-осознанных регионов мира, даже несмотря на то, что он является не очерченным географически. Ни естественные, ни искусственные рубежи, ни административные границы не выделяют Урал на географической карте. Уральская территориальность,

контуры макрорегиона живут в сердцах его жителей. Люди просто считают себя уральцами, либо жителями Предуралья или Зауралья.

Несмотря на природное богатство, ландшафтную красоту и хозяйственную насыщенность, Урал, возможно в силу внутриматерикового и внутригосударственного положения, в туристском отношении слабо востребован на международном и федеральном уровнях. Этому косвенно способствует разделение уральских по сути субъектов РФ разными федеральными округами, чем значительно затушевывается обобщенная макрорегиональная узнаваемость.

В этой связи **актуально проектирование большого туристского маршрута**, охватывающего Урал географически наиболее полно. Нужен маршрут, который бы соединял и представлял максимально возможное число уральских регионов, знакомил жителей России и зарубежных гостей с крупнейшими городами, наиболее интересными природными и хозяйственными объектами, историко-культурным наследием. Необходим маршрут, логистически удобный, транспортно обеспеченный, сервисно насыщенный, который мог бы развивать на местах многие направления рекреации и обслуживания, ориентироваться на значительный туристский поток. Маршрут должен способствовать не только продвижению территорий и развитию туристской отрасли, но и повышать общий социальный и инвестиционный интерес к Уралу, как уникальному и перспективному региону мира.

Урал — большой по размерам, его контуры, как бы не были проведены, будут хорошо заметны даже на глобусе. Несмотря на то, что Урал имеет свои общие особенности и хорошо выраженный хозяйственный профиль, макрорегион пространственно разнообразен, мозаичен. Путешествие по отдельным территориям не дадут целостного впечатления о нем. Маршрут, объединяющий сразу несколько регионов Урала, будет в этом отношении, более целесообразным и востребованным, нежели путешествия по одному-двум.

Современный транспорт разных видов позволяет показать иностранным гостям и жителям других российских территорий в течении одного путешествия сразу многие регионы Урала. Развитые транспортные связи дают возможность планирования и выбора из многих вариантов оптимальной главной нитки маршрута.

Регионы, города, местности и объекты, охваченные поясом большого уральского маршрута, получат выгоды от общего информационного акцентированного продвижения, туристской координации, транспортного и сервисного развития.

При проектировании маршрута **необходим учёт особенностей Урала**. Любая территория имеет свои особенности в отношении маршрутного проектирования [6]. Этот маршрут не просто межрегиональный и направленно тематический, а целостный и комплексный. Его цель — познакомить гостя с Уралом в целом, дать объемлющее представление о народах, городах, хозяйстве, исторических объектах, природе, уникальных и типичных свойствах.

Проектируя межрегиональный маршрут по Уралу, следует учесть особенности макрорегиона. Определим их.

Территория Урала в комплексном понимании имеет меридиональное простиранье, поскольку Уральские горы меридиональны. Как бы не был протяжен по широте Урал в социально-экономическим отношении, рассматриваемая территория будет более вытянута с севера на юг, чем с запада на восток.

Территория Урала довольно четко дифференцируется географически таким образом: по меридиональным природным поясам (Предуралье, Уральский горный пояс, Зауралье), по физико-географическим областям (Полярный Урал, Приполярный Урал, Северный Урал, Средний Урал, Южный Урал), по субъектам РФ (Пермский край, Свердловская область, Челябинская область, республика Башкортостан, Оренбургская область).

Ряд социально-экономических регионов страны включаются в понятие Урала в том или ином отношении. Удмуртская Республика, расположенная в Предуралье и Курганская область, находящаяся в Зауралье, включаются в границы Уральского экономического района. Тюменская область с Ханты-Мансийским и Ямало-Ненецким округами входят в Уральский федеральный округ, а округа имеют западные части в Уральских горах. Республика Коми охватывает предуральскую и горную части Северного Приполярного и Полярного Урала. Ненецкий округ восточной частью охватывает предгорья Полярного Урала. Можно говорить и о восточных районах Кировской области как о предуральских территориях. Таким образом, многие регионы России могут считать себя в той или иной мере уральскими.

Урал имеет широкую специализацию в сфере туризма, а не узкий профиль. Макрорегион выделяется одновременно городами и производствами, природными ландшафтами и историческими объектами.

Транспортная система Урала развитая и комплексная. Макрорегион имеет развитую автодорожную и железнодорожную сети. В некоторых регионах протекают реки, освоенные теплоходными круизами. Практически все центральные города регионов имеют крупные аэропорты.

Таким образом, маршрут, скорее всего, должен иметь вытянутую в меридиональном направлении конфигурацию, если он кольцевой — то будет приближаться к форме эллипса. Маршрут целесообразно прокладывать по наибольшему числу субъектов РФ, в посещении конкретных объектов следует ориентироваться на самые различные типы туристских ресурсов, возможно использовать транспортные связи разных видов.

Обширная территория Урала, насыщенность туристскими объектами и хорошая транспортная связанность позволяет организовать межрегиональный маршрут в экскурсионном виде, используя комфортабельные средства транспорта и размещения в стиле «Урал без трудностей».

**Выбор посещаемых регионов** и экскурсионных объектов на проектируемом маршруте может строиться на следующих соображениях. Целесообразно Урал показать в большой совокупности регионов, но в течение двух недель следует ограничиться только теми, которые непосредственно имеют на своей территории горные части, т.е. находятся на Уральских горах. Основательнее включать регионы, хорошо транспортно-связанные друг с другом и транспортно-освоенные внутри. Следует рассматривать регионы наиболее крупные по населению и хозяйственному потенциалу. В этой связи включить в маршрут целесообразно Пермский край, Свердловскую область, Челябинскую область и республику Башкортостан, а возможно, Оренбургскую область. Если будет появляться какая-либо еще возможность, то имеются основания добавить объекты Удмуртской Республики и Республики Коми. Есть основания включить в маршрут территорию Коми-Пермяцкого округа, расположенного в пределах Уральского Прикамья. Какие ареалы и местечки войдут в маршрут в выбранных регионах будет зависеть от туристского районирования, от существующей структуры туризма Урала [3,4,5].

Исходя из цели маршрута и особенностей территории можно выделить следующие **принципы выбора экскурсионных и рекреационных объектов**.

Среди природных объектов и природных территорий желательно показать среднегорные, низкогорные ландшафты, карстовые формы, объекты природы пермского геологического периода, крупные реки, водохранилища, горнозаводские пруды, горные речки, озера зауральских территорий. Важно показать гостю разные природные зоны: тайги, смешанных лесов, лесостепей, степей в горной и равнинной части территории. При возможности следует показать верхние тундровые, луговые

и гольцовые пояса Уральских гор. Важно ознакомить посетителей макрорегиона с основными ООПТ: заповедниками, национальными или природными парками.

Среди культурно-исторических достопримечательностей Урала необходимо выбрать объекты, показывающие разные эпохи хозяйственного развития макрорегиона и важные события в истории. Следует показать особенные стороны этнической палитры Урала, истории народов.

Необходимо познакомить гостей с крупнейшими городами Урала, центрами субъектов РФ, а также с малыми и средними по размерам городами разной хозяйственной специализации в соответствии со специализацией того или иного региона. Должна быть возможность познакомиться с промышленными предприятиями и объектами сферы обслуживания, а также с жизнью людей в сельской местности.

Важно включить в маршрут наиболее пейзажные дороги и пути, по возможности сочетать разные виды транспорта. Для пешеходных и прочих активных экскурсий и «вылазок» следует выбирать наиболее эстетические в ландшафтном плане направления.

В какой форме будет проходить путешествие по Большому уральскому маршруту, в какой вид туризма вписывается это путешествие? От этого вопроса будет зависеть выбор объектов посещения, транспортное обеспечение, туристские сегменты рынка и профилирование сервиса.

Следует подумать о том, какой вид туризма дает наиболее общее и емкое представление о большой территории, размерами около 1 млн. кв. км. По-видимому — это прежде всего маршрутные виды туризма в отличие от стационарных, таких как горнолыжный, бальнеологический, событийный деловой и др. где пребывание посетителей как правило относительно локально. Самые маршрутные виды туризма — это круизные на теплоходах, автобусные круизы, автомобильные путешествия. Маршрутными являются все спортивные, природно-ориентированные виды туризма. Туристские путешествия на транспорте как правило позволяют организовать самые протяженные маршруты, охватывающие большие территории и много регионов. Поэтому путешествие скорее всего должно быть наиболее транспортным. Много регионов и мест посещения, разнообразие объектов экскурсий потребует довольно высокой степени комфорtnости путешествия. Таким образом, определяющим видом туризма должен быть такой, который является маршрутным, транспортным и комфортным.

При выборе стиля путешествия следует изучить спрос на уральские регионы в России и

за рубежом со стороны разных видов туризма. Среди множества видов туризма существует несколько укрупненных их групп (или блоков по Г.П. Долженко), которые на Урале пользуются спросом на рынке въездного туризма. Это следующие: спортивный природно-ориентированный; экскурсионный широкого профиля, природного, культурно-исторического и социально-экономического; событийный, включающий культурно-, этническо-, спортивно-, научно-событийный и другие виды туристско-значимых событий; деловой; бальнеологический и оздоровительный; горнолыжный; речные круизы.

Экскурсионный вид путешествия по Большому уральскому маршруту наиболее приемлем по следующим соображениям. Такие путешествия маршрутные и транспортные. Они позволяют знакомить посетителей и с крупными городами, и с самыми разными природными объектами. На Урале многие природные достопримечательности довольно хорошо доступны в транспортном отношении. Этот вид туризма всесезонный, в течение года почти не имеет ощутимых спадов спроса. Такие путешествия рассчитаны на любой возраст, привлекательны и для организованного и самостоятельного туризма, для групповых и для индивидуальных программ, таким образом охватывают самый широкий сегмент потребителей.

Возможности выбора транспорта на Большом уральском маршруте достаточно широки. К началу путешествия, которое целесообразно начинать от любого из пяти главных городов, можно добираться авиатранспортом. Для прибытия на Урал можно использовать железнодорожный транспорт, а также и речной, если начальным пунктом путешествия выбирать Пермь. Можно прибывать на Урал к началу кольцевого маршрута и на автомобиле.

Выбор транспорта по Большому уральскому маршруту довольно широк. Предпочтительнее автобусные туры или автомобильные путешествия. На многих отрезках маршрута можно использовать авиасообщение и железнодорожные перемещения. Могут развиваться и активные виды путешествий на этом маршруте, а именно мотоциклетные и велосипедные.

**Туристские достоинства и ключевые экскурсионные темы** уральских регионов будут определять выбор конкретных объектов на маршруте. Все уральские регионы имеют свои особенности природы, истории, населения и хозяйства. Следует выделить те особенности регионов, которые могут быть выражены экскурсионными объектами на Большом уральском маршруте. К таким особенностям регионов и экскурсионным тематикам можно отнести следующие:

Пермский край: Пермь — город на Каме, Коми-Пермяцкий округ — самый труднодоступный и аутентичный уголок Уральского экономического района,

Вотчина Строгановых, Солеварение на Урале, Горнозаводское Прикамье, Ермак и река Чусовая, Исторический городок и сказочная пещера.

Свердловская область: Демидовы и заводы, Опорный край, Столица Урала, Семья Романовых, Бажовские места;

Челябинская область: Челябинск — красивый индустриальный, Озерный край, Минералогия геохимического узла, Таганай — походная страна, Магнитка — гордость страны, Таинственный Аркаим.

Оренбургская область: Оренбург и Оренбуржье, история и достижения, Граница Европы и Азии и Великая Степь.

Республика Башкортостан: Лесные и степные горы Южного Урала, Сельская Башкирия, Здравницы Башкирии, Столица республики.

В связи с предложенными подходами можно сформулировать **принципы построения межрегионального уральского маршрута**, благодаря которым будет осуществляться выбор территории путешествия, объектов экскурсий, разработки нитки маршрута и программ. Общие представления о форме и структуре маршрута могут быть выражены следующими позициями:

1. Кольцевая форма маршрута наиболее предпочтительна.

2. Маршрут проходит по большинству уральских субъектов РФ.

3. Маршрут представляет разные ландшафты Урала. Преодолеваются большие расстояния, особенно в меридиональном направлении.

4. Маршрут включает главные города уральских регионов, а по возможности и вторые по численности населения города, промышленные узлы и центры.

5. Маршрут соединяет наиболее значимые природные и историко-культурные экскурсионные объекты, этнически самобытные территории.

6. Маршрут планируется так, чтобы он мог начинаться в любом из главных городов уральских регионов, а может и в любом пункте на этом маршруте.

7. Маршрут должен быть обеспечен разнообразным транспортными возможностями в обоих направлениях.

8. Маршрут, первоначально линеарный, должен постепенно формировать и радиальные ответвления, способствуя туристскому развитию не только мест на основном кольце, но и смежных территорий.

#### Библиографический список

1. Балюк Н.А., Куприна Л.Е., Ситёва С.С. Формирование цифрового кластера по туристскому маршруту «Великий чайный путь»: Тобольск – Омск – Тара – Томск. / Connect-Universum – 2018. Сборник материалов IV Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции. 2019. С. 29–37.
2. Гомилевская Г.А., Петрова Г.А. Морской туризм как составляющая туристского бренда «Восточное кольцо России». / Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2017. Т. 9. № 3 (38). С. 71–85.
3. Зырянов А.И. Дробное районирование и площадное развитие туризма // «Вестник Московского университета. Серия 5. География», 2018. № 5, С. 44i51.
4. Зырянов А.И., Королев А.Ю. Туристское районирование горных территорий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2009. С. 19–25.
5. Зырянов А.И. Систематизация туристских таксонов // Вестн. Моск. ун-та.сер. 5, География. 2014, № 3, с. 16–22.
6. Зырянов А.И., Зырянова И.С. Технология планирования самостоятельного путешествия / «Географический вестник», № 2 (25) 2013, С. 99–103.
7. Калюжная Ю.Ю., Ваганова Е.В., Ковалевский Е.А. Роль Русского географического общества в развитии туризма: создание межрегионального маршрута «Золотое кольцо Сибири» // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий. Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции, посвященной 140-летию ТГУ и 70-летию ТОО РГО. Томск, 2018. С. 53–55.
8. Кузнецова Н.Ф. «Великий шелковый путь» как способ интеграции объектов культурно-исторического наследия Южной Сибири в индустрию туризма. / Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 219–224.
9. Сергачев С.А. «Зеленые маршруты» Витебской области — потенциал развития межрегионального сотрудничества в сфере туризма. // Опыт сохранения историко-культурного наследия и трансграничное сотрудничество в сфере культурного туризма. Материалы международной научно-практической конференции. Витебский государственный университет имени П.М. Машерова. 2012. С. 245–248.
10. Максанова Л.Б.-Ж., Жалсараева Б-Р.Р., Кауров И.А. Туристический маршрут «Великий чайный путь»: проблемы и перспективы развития. / Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2017. № 2. С. 40–47.
11. Методическое руководство по формированию конкурентоспособных туристских маршрутов в России, рассчитанных на широкую аудиторию российских и зарубежных потребителей. URL: <https://turizmrm.ru/10-07-06-2017.pdf> (дата обращения: 09.12.2019).
12. Федулин А.А., Копылов Ю.В., Афанасьев О.Е. Дороги души державной: проект развития автотранспортной инфраструктуры и придорожного сервиса в Центральном федеральном округе. / Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9. № 3. С. 49–60.

# РЕЧНОЙ КРУИЗНЫЙ ФЛОТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

**В** статье представлены результаты оценки современного состояния действующего круизного флота, выполненной на основе анализа информации портала Круизинформ, официальных сайтов судоходных и туроператорских компаний. Составлена база данных по круизным судам. Анализ данных показал, что в России в 2020 г. находится в эксплуатации 113 судов, что в три раза меньше чем в Европе. Наиболее крупные судоходные компании — Водоход, Мосттурфлот, Донинтурфлот, Камское речное пароходство, Созвездие, Гама. Средний возраст судов составляет 48,5 лет. Основная масса теплоходов была построена ещё в советское время, в середине XX века на европейских судостроительных заводах. Больше всего в количественном выражении четырехпалубных теплоходов 301 и 302 проектов, а также трёхпалубных теплоходов проекта 588. Общая вместимость всех судов составляет 24,5 тыс. мест. По расчетам весь флот может обслужить порядка 650 тыс. круизных пассажиров. Наблюдается устойчивая тенденция выбытия флота. Состояние флота является одним из факторов, определяющих развитие круизного туризма, его оценка показывает, что поставленные в Стратегии развития туризма РФ цели по увеличению рынка круизного туризма России в два раза к 2035 году являются труднодостижимыми. При сохранении существующих тенденций круизный туризм не будет оказывать влияния на рост внутренних и въездных туристских потоков и не будет играть заметной роли в развитии туризма. Существующая ситуация с COVID-19 уже сейчас имеет серьёзные последствия для деятельности судоходных компаний, которые до сих пор не начали навигацию.

**Ключевые слова:** речной круиз, круизное судно, география маршрутов, Российская Федерация

S.E. Myshlyavtseva

Perm State University

## RIVER CRUISE FLEET AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF CRUISE TOURISM IN RUSSIA

A cruise ship is the main attractant in cruise tourism. The article presents the results of the assessment of the current state of the operating cruise fleet. A database of cruise ships has been compiled. An analysis of the data showed that in the Russian Federation for 2020 113 vessels are in operation. Which is three times less than in Europe. The largest shipping companies are Vodokhod, Mosturflot, Doninturflot, Kama River Shipping Company, Sozvezdie, Gama. The average age of ships is 48.5 years. The bulk of the ships was built in Soviet times, in the middle of the XX century at European shipyards. Most in quantitative terms of four-deck motor ships of 301 and 302 projects, as well as three-deck motor ships of project 588. The total capacity of all vessels is 24.5 thousand seats. According to estimates, the entire fleet can serve about 650 thousand cruise passengers. There is a tendency to reduce the fleet. According to the assessment of only one factor — the cruise fleet, it can be concluded that the goals set in the Russian Tourism Development Strategy to double the Russian cruise tourism market by 2035 are difficult to achieve. If current trends continue, cruise tourism will not affect the growth of domestic and inbound tourist flows and will not play a significant role in the development of tourism. The current situation with COVID-19 already has serious consequences for the activities of shipping companies that have not yet begun navigation.

**Keywords:** River cruise, cruise ship, cruise route geography, the Russian Federation

© Мышлявцева С.Э., 2020

Мышлявцева Светлана Эдуардовна,

к. геогр.н., доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

*mushl\_sve@mail.ru*

**Введение.** Под круизным туризмом принято понимать путешествия по водным путям на круизном судне по обозначенному маршруту в культурно-познавательных, досугово-рекреационных, оздоровительных, профес-

Таблица 1

*Показатели, характеризующие круизные суда*

название судна; предыдущие название, если есть	тип
порт приписки	переоборудование кают, год
данные о владельце	максимальная скорость судна, км/час
данные о фрахтователе	экипаж, чел.
вместимость судна, мест, ед.	место обслуживания и зимовки
год постройки судна	маршруты
место постройки	целевой рынок (российские, иностранные, российские и иностранные туристы)
проект	примечания

сионально-деловых и других целях [2]. Традиционно выделяют морские и речные круизы. Речные круизы было бы точнее определить как круизы по внутренним водным путям, которые включают в себя не только реки, но также и другие водные объекты — озера, водохранилища, каналы.

Характеризуя и анализируя круизный туризм необходимо разбираться во многих вопросах, связанных с судоходством и водными пассажирскими перевозками, иметь представление о внутренних водных путях, специальной обеспечивающей инфраструктуре и круизном флоте, ограничениях, накладываемых существующим уровнем их развития, об особенностях разработки туристских маршрутов, структуре и особенностях туристских продуктов, существующем законодательстве в сфере туризма и пассажирских перевозок водным транспортом и пр.

Стратегия развития туризма РФ до 2035 года определяет круизный туризм как один из перспективных видов туризма. В качестве целей предполагается увеличить рынок круизного туризма России в два раза к 2035 году [4]. Для достижения этой цели должен быть решен целый ряд взаимосвязанных задач по обеспечению нормативного состояния внутренних водных путей, включая гидротехническую инфраструктуру (гарантированные габариты судовых ходов, работа судоходных гидротехнических сооружений — каналов, шлюзов, причальных стенок и др.) для целей круизного туризма, обеспечение развития наземной инфраструктуры, создание условий для улучшения состояния круизного флота.

В статье проведен анализ существующего состояния круизного флота России как фактора развития круизного туризма, а также выполнены расчеты предельной емкости существующих мест на круизных судах.

**Материал и методика.** На наш взгляд, в круизном туризме — круизное судно это если не самый главный атTRACTант, то один из самых главных. На время путешествия теплоход становится домом. В этой связи

оценка современного состояния действующего круизного флота является необходимым условием для понимания ситуации на круизном рынке. Для этих целей выполнен анализ наличного флота на основе информации, размещенной в открытом доступе на портале Круизинформ [3], с привлечением официальных сайтов судоходных и туроператорских компаний. Составлена база данных по круизным судам (табл.1).

Анализ данных таблицы позволил сделать некоторые выводы о существующем состоянии флота, рассчитать ёмкость рынка, систематизировать информацию о географии круизов.

**Результаты и их обсуждение.**

В таблице 2 представлены систематизированные данные о речных круизных судах в РФ. Данные систематизированы по типу проекта круизного судна.

Как видим из таблицы, количество круизных теплоходов (113 единиц), очень невелико, что удивительно для такой водной державы как Россия. Для сравнения в странах Европы по данным на 2016 год, было 335 пассажирских круизных судов. Темпы роста за период с 2005 года составили 190 % [1].

Из общего количества теплоходов России 106 работают в Европейской части. И лишь 7 судов — в азиатской. Хотя на долю внутренних водных путей европейской части приходится лишь 6 % от их общей протяженности (6,5 тыс. км из общей протяженности 101,48 тыс. км [5]). Можно себе представить как пустынны тысячи километров на реках Сибири и Дальнего Востока.

Как видим, основная масса теплоходов была построена еще в советское время, в середине XX века на судостроительных заводах Германии, Чехословакии, Австрии, Венгрии. Средний возраст судов составляет 48,5 лет. Больше всего в количественном выражении четырехпалубных теплоходов 301 и 302 проектов, а также трёхпалубных теплоходов проекта 588, построенных в Германии. Конечно, к настоящему времени все суда прошли модер-

Таблица 2

Проект	Количество судов	Количество палуб	Даты постройки	Страна	Город	Верфь
301	18	4	1975-1983	Германия (ГДР)	Бойценбург	Эльбеверфтен
302	23	4	1982-1991	Германия (ГДР)	Бойценбург	Эльбеверфтен
302МК	1	4	1991	Германия (ГДР)	Бойценбург	Эльбеверфтен
305	10	2	1960-1964	Венгрия	Будапешт	СЗ «Обуда»
463	1	3	1973	Нидерланды	-	-
588	25	3	1953-1961	Германия (ГДР)	Висмар	Mathias-Thesen-Werft Wismar
646	2	2	1954	Германия (ГДР)	Варнемюнде	«Варновверфт»
26-37	11	3	1959-1962	Чехословакия (Словакия)	Комарно	Slovenske lodenice
92-016	7	4	1978-1983	Чехословакия (Словакия)	Комарно	Slovenske lodenice
Q-040	5	4	1974-1975	Австрия	Корнойбург	Osterreichische Schiffswerften AG Linz-Korneuburg
Q-056	2	4	1978-1979	Австрия	Корнойбург	Osterreichische Schiffswerften AG Linz-Korneuburg
Q-065	3	3	1984-1986	Австрия	Корнойбург	Osterreichische Schiffswerften AG Linz-Korneuburg
PV08 (Q-065)	1	3	1984, 2012	Австрия, Россия	Корнойбург, Рыбинск	Верфь братьев Нобель
PV09	1	4	2016	Россия	Рыбинск	Верфь братьев Нобель
PV300	2	4	2019-2021	Россия	Н. Новгород, Астрахань	Красное Сормово, Лотос
колесник	1	2	1911	Россия	Н. Новгород	Красное Сормово
ИТОГО	113					

низацию и переоборудование и кроме первоначального проекта между ними мало общего. Они отличаются внутренним устройством (имеют разные размеры и внутреннее оснащение жилых и общественных пространств), уровнем сервиса и организации туристского обслуживания.

В России не строились круизные пассажирские суда и, с советских времен, не покупались за границей. Знаковым для отечественного круизного туризма стал 2016 г., когда на АО «Судостроительный завод «Лотос» (Астраханская область) был заложен новый круизный дизель-электроход «Петр Великий», смешанного река-море плавания проекта PV300VD. Он может ходить по внутренним водным бассейнам, а также выходить в Азовское, Чёрное, Средиземное, Каспийское и Красное море. Проект был разработан Морским инженерным бюро (г. Одесса) с учетом рекомендаций крупнейших туристских круизных операторов. Пока продолжается строительство Петра Великого, на другом заводе ПАО «Завод «Красное Сормово» в Нижнем Новгороде в 2019 был построен «Князь Влади-

мир», не прошло и года как судно было переименовано в «Мустай Карим» (проект PV300). Судно предназначено для перевозки пассажиров на круизных линиях на водных путях Европейской части России (Волга, Нева, Дон, Ладожское и Онежское озера, Волго-Балтийский канал, Канал имени Москвы, Волго-Донской канал), с возможностью выхода в Черное, Азовское и Каспийские моря. Оно может принять на борт 329 пассажиров. И «Пётр Великий» и «Мустай Карим» — плавучие отели класса люкс. Например, на Мустай Кариме, для размещения гостей есть каюта класса «Гранд Люкс» с балконом, 8 кают класса «Люкс», 144 каюты класса «Делюкс», 2 каюты класса «Полулюкс» и 6 двухместных одноярусных кают. Во всех каютах: шкаф для одежды, радио, кондиционер, душ, санузел, обзорное окно, электророзетка 220V, холодильник, фен, спутниковое ТВ, телефон, кофемашина, сейф [3].

Согласно изученных данных, судоходные компании и туроператоры работают в разных сегментах — только с иностранными туристами, только с российскими туриста-

ми, ряд компаний организуют объединенные круизы. В количественном выражении это выглядит следующим образом. Только с иностранными туристами работает 22 круизных судна, принадлежащие судоходным компаниям — Водоход, Донинтурфлот, Мостурфлот, ООО Пассажирский флот (Viking River Cruises). По одному судну у компаний Волга Дрим и Гама. Только с российскими туристами работает 59 судов, и 15 судов обслуживают объединенные круизы.

Общая вместимость всех судов составляет 24,5 тыс. мест. Произведя несложное вычисление можно приблизительно понять какова максимальная емкость существующего флота, при условии, что все суда находятся на маршрутах. Для этого число мест можно умножить на число дней в навигацию (с 01.05. по 30.10.) Таким образом, существующее число мест способно обеспечить 4,5 млн. пассажиро/мест. Взяв 7 дней за среднюю продолжительность круиза, можно увидеть, что весь флот мог бы обслужить 650 тыс. круизных пассажиров. Много это или мало? Представляется, чтобы стать приоритетным видом туризма страны, эти показатели должны быть существенно выше и приближаться к нескольким миллионам круизных пассажиров за сезон, но для достижения таких амбициозных целей должен решаться большой круг вопросов, начиная от обновления флота, обеспечения бесперебойной работы внутренних водных путей до продвижения вида на перспективных рынках. Для более точных расчетов, необходим учет реально находившихся в работе судов за рассматриваемый период, а также реальные сроки навигации и реальная продолжительность круизов. Так же необходимо учесть и еще один очень важный фактор — сохраняемость судов. Почтенный возраст судов, предполагает, что вследствие износа они постепенно выбывают из строя. По отчетам экспертов, к 2025 году останется в работе 87 круизных судов, а к 2030 — 53 (без учета судов, которые могут быть за эти годы построены, но пока не заказаны) [1]. Следовательно, сохранить, а тем более увеличить объем туристского потока не представляется возможным, при сохранении современной ситуации.

**Круизные маршруты.** Как уже было сказано выше, протяженность внутренних водных путей в Европейской части России составляет 6,5 тыс. км. К самым посещаемым и любимым как россиянами, так и иностранными туристами относятся круизные маршруты между двумя столицами Москвой и Санкт-Петербургом. Маршруты проходят по судоходному каналу им. Москвы, реке Волге и Рыбинскому водохранилищу, Онежскому и Ладожскому озерам,

рекам Свири и Неве. За время круиза теплоход делает несколько остановок, например в Угличе, городе, входящем в Золотое кольцо России, в с. Горицы из которого посещаются, расположенные неподалеку знаменитые комплексы Кирилло-Белозерского и Ферапонтова монастырей. Далее по маршруту Онежское озеро и музей-заповедник «Кижи». Самым узнаваемым объектом является церковь Преображения Господня, увенчанная двадцатью двумя главами, размещенными ярусами. Деревянный храм, наряду с другими постройками, входящими в ансамбль Кижского погоста, является объектом всемирного наследия ЮНЕСКО. Следующий пункт на маршруте — остров Валаам на севере Ладожского озера, с Валаамским Спасо-Преображенским монастырем. Заканчивается маршрут в г. Санкт-Петербург — северной столице России. Еще одной знаковой точкой северо-западного региона на круизной карте России являются Соловецкие острова — архипелаг в Онежской губе Белого моря. Основным объектом притяжения является Соловецкий монастырь, ведущий свою историю с середины XV века. Среди предложений круизных компаний есть еще один уникальный продукт «Московская кругостретка», охватывающая города Золотого кольца. Маршрут проходит по рекам Москва, Ока, Волга, и замыкается в кольцо благодаря каналу им. Москвы. В пути посещаются Коломна, расположенная на Москве реке, на реке Ока — с. Константиново, Рязань, Касимов, Муром, на Волге — Нижний Новгород, Городец, Плес, Кострома, Ярославль, Тутаев, Рыбинск, Мышкин, Углич, Калязин.

Важнейшей внутренней водной магистралью является Волга, пересекающая несколько природных зон. На ее берегах расположено 10 главных городов регионов. Берега Волги красивы на всем ее протяжении, но особенно живописны там, где Волга протекает вдоль Приволжской возвышенности. По Волге можно выбрать круизы любой продолжительности и протяженности от круиза выходного дня, например из Москвы в Нижний Новгород, или Нижний Новгород — Казань, Казань — Самара — Казань и другие. Так и продолжительные. Одним из самых длинных круизных маршрутов по Волге является круиз из Москвы до Астрахани. Круизные маршруты связывают Волгу и Каму с посещением Чистополя, Нижнекамска, Елабуги, Чайковского и Перми, соединяют Волгу и Дон до Ростова-на-Дону. Рекордсменом по продолжительности в 23 дня является круизный маршрут из Волгограда до Санкт-Петербурга.

**Выходы.** Таким образом, проведя анализ современной ситуации с круизным флотом можно сделать следующие выводы. Выпол-

ненная оценка современного состояния действующего круизного флота показала, что в Российской Федерации на 2020 г. имеется 113 судов. Что в три раза меньше, чем в странах Европы.

Основная масса теплоходов была построена еще в советское время, в середине XX века на судостроительных заводах Германии, Чехословакии, Австрии, Венгрии. Средний возраст судов составляет 48,5 лет. Больше всего в количественном выражении четырехпалубных теплоходов 301 и 302 проектов, а также трехпалубных теплоходов проекта 588, построенных в Германии. Конечно, к настоящему времени все суда прошли модернизацию и переоборудование и кроме первоначального проекта между ними мало общего. Они отличаются внутренним устройством (имеют разные размеры и внутреннее оснащение жилых и общественных пространств), уровнем сервиса и организации туристического обслуживания.

Общая вместимость всех судов составляет 24,5 тыс. мест. Весь флот может обслужить порядка 650 тыс. круизных пассажиров. Отмечается тенденция к сокращению флота. Почтенный возраст судов, предполагает, что вследствие износа они постепенно выбывают из строя. По отчётом экспертов, к 2025 году останется в работе 87 круизных судов, а к 2030 — 53 (без учёта судов, которые могут быть за эти годы построены, но пока не заказаны). Следовательно, сохранить, а тем более увеличить величину туристского потока не представляется возможным.

По оценке лишь одного фактора — круизного флота, можно сделать выводы что поставленные цели по увеличению рынка круизного туризма России в два раза к 2035 году согласно Стратегии развития туризма РФ выглядят не обосновано. Анализ речного круизного флота показал, что при сохранении существующих тенденций круизный туризм не будет оказывать влияния на рост внутренних и въездных туристских потоков и не будет играть заметной роли в развитии туризма. Существующая ситуация с Covid-19 уже сейчас имеет серьёзные последствия для деятельности судоходных компаний, которые до сих пор не начали навигацию и вероятнее всего не начнут ее в туристский сезон 2020 года.

#### **Библиографический список**

1. Егоров Г., Егоров А. Что будет с российским круизным флотом? URL: [https://www.korabel.ru/news/comments/chto\\_budet\\_s\\_rossiyskim\\_kruiznym\\_flotom.html](https://www.korabel.ru/news/comments/chto_budet_s_rossiyskim_kruiznym_flotom.html) (дата обращения 30.05.2020).
2. ГОСТ Р 56221-2014 Туристские услуги. Речные круизы. Общие требования URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200114275> (дата обращения 30.05.2020).
3. Портал Круизинформ URL: <http://cruiseinform.ru/cruisepedia/tipy-rechnykh-passazhirskikh-sudov/passazhirskie-rechnye-suda-proekta-pv300/> (дата обращения 31.05.2020).
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года. Распоряжение от 20 сентября 2019 года №2129-р URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения 30.05.2020).
5. Стратегия развития внутреннего водного транспорта Российской Федерации на период до 2030 года Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. №327-р.

# ВИЗУАЛИЗАЦИЯ «СЕРЕБРЯНОГО» ВОЗРАСТА В РЕКЛАМЕ ТУРИЗМА

**Ц**елью данной статьи является обзор туристических продуктов для пенсионеров. Автором изучен и обобщен контент официальных сайтов национальных комитетов по туризму тех стран, которые идут в лидерах по количеству пожилых людей. Особое внимание удалено визуальному ряду с использованием образов пожилых людей. Затронута проблема недостатка заинтересованности государства и предпринимательского сектора к населению в возрасте старше 60 лет в России. Проведен анализ особенностей визуализации программ активного досуга для пожилых граждан в зарубежных странах.

**Ключевые слова:** серебряный маркетинг, туризм, геронтомаркетинг, визуальные исследования.

V.P. Rukomoinikova

Volga State Technological University

## SILVER AGE VISUALIZATION IN TOURISM ADVERTISING

The purpose of this article is to review tourism products for the elderly. The author studied and summarized the content of the official websites of the national tourism committees of those countries that are leaders in the number of elderly people. Particular attention is paid to the visual range using images of older people. The problem of the lack of government and business interest in people over 60 in Russia is discussed. The analysis of the visualization features of outdoor activities for older people in foreign countries.

**Keywords:** silver marketing, tourism, gerontomarketing, visual research.

Старение населения происходит довольно быстро в развитых странах, в том числе и в России. Ожидается, что в 2031 году в России будет 42,3 тысячи пенсионеров. Это почти 30 процентов от общей численности населения. Прогноз показывает, что на 1000 человек трудоспособного возраста будет приходиться 533,8 пенсионеров [12].

В то же время, как отмечают ученые, наблюдается недостаток заинтересованности государства и предпринимательского сектора к населению в возрасте старше 60 лет [13]. В связи с этим науки об образовании бьют тревогу, количество публикаций, посвященных «серебряному маркетингу» или «геронтомаркетингу», как его называют ученые, растёт с каждым годом. Так, по данным электронной научной библиотеки *cyberleninka*, количество публикаций по ключе-

вому слову «серебряная экономика» с 2016 по 2017 годы составило 1041, а с 2018 по 2020 годы 1478 публикаций.

Если составить рейтинг публикаций по сферам науки, заинтересованным в данной теме, то получится следующее: экономика и бизнес 975 публикаций, языкознание и литературоведение 551 публикаций, философия, этика, религиоведение 548 публикаций, науки об образовании 430 публикаций, СМИ (медиа) и массовые коммуникации 217 публикаций, искусствоведение 209 публикаций, право 153 публикации, социологические науки 146 публикаций, политологические науки 127 публикаций [3]. Как мы можем заметить, раздел медиаисследования находится только в середине данного рейтинга, на пятом месте.

Публикации на тему «туристские услуги для пожилых людей» ведутся в разделах экономика, бизнес, здравоохранение, социологические исследования. Так, в статье И.В.Грошева «Туристический бизнес для людей старшего возраста» [5] приводятся данные о степени развития различных видов туризма, указываются причины,

© Рукомойникова В.П., 2020

**Рукомойникова Вера Павловна,**  
к. филол.н., доцент, Поволжский государственный  
технологический университет;  
*rukomojnikovavp@volgotech.net*

тормозящие развитие. Приводятся примеры поддержки сектора туризма для пожилых в зарубежных странах. В частности, французская фирма Carrefour довольно давно и успешно приспосабливает свои туристические продукты для пенсионеров, проводя психологические исследования перед продвижением продукта. И.В. Грошев уделяет внимание теме продвижения туристских услуг для пожилых людей в России с учетом их недостаточно высокого владения современными средствами связи и компьютерами.

В статье Ю.М. Лагусева «Современные тенденции организации туристского обслуживания людей пожилого возраста» [7] приводятся примеры различных экономических моделей участия людей третьего возраста в туристской деятельности в ряде зарубежных стран. Ю.М. Лагусев настаивает на необходимости налаживания сервисных услуг для старшего поколения в России и контроля за данными услугами, на скорейшей разработке Государственного стандарта по оказанию туристских услуг для пожилых людей в РФ. Он отмечает важность культурно-просветительских центров по разработке специализированных программ и проектов для лиц старшего поколения.

В 2017 году авторами М.Ю. Шерешевой, Л.А. Валитовой и С.М. Березка был проведен сравнительный анализ потребительского поведения старшего поколения россиян, проживающих в мегаполисах и малых городах России. В анализе полученных данных учтены различия в потребностях и предпочтениях жителей Москвы и городов Владимирской области. М.Ю. Шерешева и её коллеги делают вывод о том, что востребованность товаров и услуг, позволяющих реализовать запросы данной целевой аудитории, будет оставаться достаточно высокой, а разнообразие стилей жизни внутри возрастных когорт даст возможность значительному числу компаний занять выгодные ниши на пока еще слабо освоенном российском рынке «серебряного возраста» [6, 266].

Анализируя особенности туристических продуктов для пенсионеров, Н.Н. Филиппова приводит опыт зарубежных стран по созданию специальных туристских программ и маршрутов для старшего поколения. Интересен опыт правительства Майами — введение «авиапаспортов» для пожилых жителей, которые за тысячу долларов могут совершить в течение года неограниченное количество полетов. Обращаясь к анализу российских проблем, Н.Н. Филиппова выделяет невысокий доход россиян в качестве главной проблемы, тормозящей туризм для российских пенсионеров. Вместе с тем автор делает вывод о том, что в современной России пенсионный туризм обладает огромным потенциалом дальнейшего возможного развития [11].

Е.И. Григорьева в статье «Особенности развития туристических программ для пожилых людей» анализирует психолого-педагогические и социально-культурные особенности разработки программ туристического досуга для пожилых граждан. Она приводит результаты исследования потребностей людей третьего возраста в туристических программах. Оказывается, пожилые, посещающие театры, музеи, концертные и выставочные залы, менее подвержены депрессиям. Е.И. Григорьева отмечает, что туризм является комплексным средством адаптации лиц пожилого возраста, т. к. может включать в себя и общение с природой и животными, и посещение музеев и выставочных залов [4, 628]. Поскольку туризм — это двигательная активность, то с его помощью осуществляется терапия и профилактика психосоматических заболеваний, поддержание физической формы и здоровья. Кроме того, в данной статье автор исследует причины, препятствующие совершению туристических поездок пожилыми людьми.

Анализ, проведенный нами на сайте электронной научной библиотеки *cyberleninka*, показал, что на стыке ключевых слов «визуальные исследования», «серебряный возраст» и «реклама туристских услуг» исследований еще не проводилось. Это говорит о новизне и актуальности выбранной нами темы исследования. Рассматривая проблемы туризма для людей «серебряного» возраста с позиции визуальных исследований, мы используем в процессе работы методы контент-анализа, описания, наблюдения, сравнения, обобщения. В качестве объекта исследования нами были выбраны официальные сайты национальных комитетов по туризму тех стран, которые идут в лидерах по количеству пожилых людей<sup>1</sup>. В контексте визуальных исследований мы посчитаем количество фотографий с людьми на официальных сайтах национальных комитетов по туризму в странах, узнаем какая доля среди выделенных для анализа составит фото с пожилыми. Проанализируем, в каком контексте появляются фотографии пожилых людей. Определим, в каких странах стратегия геронтомаркетинга в туризме развита лучше. Попробуем найти ответ на вопрос: нет ли в выявленным нами фактах проявления эйджизма? Эйджизм рас-

<sup>1</sup> Данные ООН за 2019 год, процент пожилых дан в убывающем порядке: Япония 26,3%, Италия 22,4%, Греция 21,4%, Германия 21,2%, Португалия 20,8%, Финляндия 20,5%, Болгария 20,0%, Швеция 19,9%, Латвия 19,4%, Мальта 19,2%, Франция 19,1%, Дания 19,0%, Хорватия 18,9%, Эстония 18,8%, Литва 18,8%, Испания 18,8%, Австрия 18,8%, Бельгия 18,2%, Нидерланды 18,2%, Чешская Республика 18,1%, Словения 18,0%, Швейцария 18,0%, Венгрия 17,8%, Великобритания 17,8%, Румыния 17,3% [9].

Россия, Беларусь и Украина с долей пожилых в районе 15–16 % находятся в более выигрышной, относительно соседей, позиции, но такой показатель достигается не из-за высокой рождаемости, а из-за пониженной долговечности.

сматривается учеными как трёхкомпонентный феномен, включающий в себя возрастные стереотипы, негативное эмоциональное отношение и отчуждение [2].

В процессе анализа мы разделили сайты официальных туристических порталов 25 стран на четыре группы. В первую группу попали сайты двух стран — Испании и Франции. Специальные разделы с туристическими предложениями обнаружены нами только на двух официальных сайтах туристских комитетов Испании ([www.spain.info](http://www.spain.info)) и Франции ([www.francetourism.com](http://www.francetourism.com)). Комитет Испании в разделе «Чем заняться» выделяет группы: старшее поколение, ЛГБТ, взрослые без детей, семьи, молодежь. В этой рубрике старшему поколению предлагается знакомство с традиционными продуктами и ремеслами, путешествие в мир традиционных ремесел. Комитете по туризму Франции в разделе «Идеи для отдыха» выделяет пять группы путешественников: пенсионеры, семейные, одинокие, девушки, парни. Для пенсионеров предлагаются специальные карты, акции скидки.

Вторая группа стран, где уделяется внимание визуализации текстов, том числе с использованием образов пожилых людей, довольно многочисленна. Достаточно подробно на сайтах ряда стран представлены иллюстрации к маршрутам, даны запоминающиеся образы людей крупным планом. Представим рейтинг таких сайтов, где уделяется внимание визуализации текстов, том числе с использованием образов пожилых людей. Пятнадцать процентов в нашем рейтинге получил сайт Эстонии ([visitestonia.com](http://visitestonia.com)). Четырнадцать процентов набрал сайт Португалии ([visitportugal.com](http://visitportugal.com)) за счёт видеоматериалов с пожилыми людьми. Двенадцать процентов — сайт Хорватии ([croatia.hr](http://croatia.hr)), десять процентов — сайт Литвы ([lithuania.travel](http://lithuania.travel)), девять процентов — сайт Германии ([germany.travel](http://germany.travel)), восемь процентов — сайт Норвегии ([visitnorway.ru](http://visitnorway.ru)), восемь процентов — сайт Венгрии ([wowhungary.com](http://wowhungary.com)), семь процентов — сайт Финляндии ([visitfinland.com](http://visitfinland.com)), шесть процентов — сайт Швеции ([visitsweden.com](http://visitsweden.com)), пять процентов — сайт Швейцарии ([myswitzerland.com](http://myswitzerland.com)), четыре процента — сайт Великобритании ([visitbritain.com](http://visitbritain.com)), три процента — сайт Австрии ([austria.info](http://austria.info)).

Теперь рассмотрим представленный на сайтах визуальный ряд подробнее. Туристские услуги для пожилых предлагает сайт Эстонии в разделах «уникальные эстонские спа-процедуры», «для любителей музыки», «хуторская маслобойня Нопри», «народная культура на острове Кихну, охраняемом Юнеско», «знакомство с четырьмя основными церквями», рыбалка. На фотографиях представлены пожилые люди в национальной одежде, они играют на нацио-

нальных инструментах, участвуют в национальных промыслах. Визуальный ряд с пожилыми богато представлен в разделе мастер-классы и дегустации. Так, например, Эстония предлагает продегустировать молочные продукты на хуторе Паюмяэ, поучаствовать в мастер-классах «Усадьба Палмсе знакомит гостей с кузнецким искусством», «Керамические мастерские в Тагаметском доме творчества» и т.д.

Специалисты португальского официального сайта по туризму избегают давать фотографии людей крупным планом. В то время как во всех видеоматериалах равномерно уделено время как молодым, так и пожилым. Так, в одном сюжете дают интервью девушка, парень и пожилой мужчина. В ряде других сюжетов, которые называются «Прогулки по Португалии с карандашом», так называемые Sketch Tour Portugal, несколько пожилых людей рисуют природу и волшебную атмосферу Португалии, дают отзывы [8].

Фотографии с образами пожилых на сайте Хорватии используются в тех маршрутах, которые зовут отправиться в круизные путешествия на неизведанные острова, совершить культурно-познавательные туры к объектам наследия Юнеско, принять участие в национальном фестивале и послушать «койканье» — фольклорное пение выбирающих голосов. Образы пожилых на литовском сайте используются в разделах культура, искусство, медицинский и экологический туризм. Образы пожилых на сайте Германии используются в разделах ремесла и сувениры. Норвегия использует образы пожилых в разделах рыбалка, базы отдыха, экотуризм, фермы, как источники здоровья пожилых. Венгрия использует образы пожилых в разделах культура, ремесла, конный туризм, мастер-классы, спа-процедуры. Финляндия дает фотографии знаменитых пожилых фермеров. Один из них живет на своей ферме с медведями, на другой странице можно увидеть фото пожилого художника, который живет на юге Финляндии, на третьей странице еще один пожилой мужчина играет в гольф, на четвертой странице показан пожилой оленевод. Швеция использует образы старшего поколения для продвижения туров по музеям, объектам культуры и искусства, ремесла, экотуризм, экскурсии на фермы, рыбалка. Швейцария продвигает с помощью образов пожилых люксовые средства размещения, предметы роскоши, музей часов, мастер-класс часового производства, круизные маршруты. Кроме того, Национальный комитет по туризму Швейцарии на протяжении нескольких лет запускает неожиданные серии промороликов с пожилыми [10].

Британский национальный комитет по туризму в разделе загородные отели размещает

фото с пожилой парой, арендующей загородный дом и выходящей из своего авто. Образы пожилых представлены на фото в разделе сады Вестминстерского аббатства, туры в театр Шекспира «Глобус», премиум туры по историческим маршрутам, литературным местам. Старшему поколению предлагается посетить «уголок поэта могилы Чосера, Диккенса, Уильяма Блейка, Редьярда Киплинга и лорда Теннисона, а также святыни Эмили Бронте, Т.С. Элиота, Шекспира, Джейн Остин». Национальный комитет по туризму Австрии использует образы пожилых в разделах музыка, театр, рестораны.

Следующая третья группа национальных комитетов практически не использует образы пожилых на своих сайтах. Буквально 2–3 фото со старшим поколением есть на сайтах Чехии (*czechtourism.com*), Словении (*slovenia.info*), Румынии (*romaniatourism.com*), Дании (*visitdenmark.com*), Бельгии (*belgium.be*). На фотографиях старшее поколения прогуливается по историческим местам, объектам культуры, в местных садах, замках, участвует в фестивалях.

Последняя четвертая группа туристических порталов ряда стран использует фотографии природы или достопримечательностей и избегает фото с людьми крупным планом. К этой группе мы отнесли Болгарию (*bulgariatravel.org*), Латвию (*latvia.travel*), Мальту (*visitmalta.com*), Японию (*japan.travel*), Нидерланды (*netherlands-tourism.com*), Грецию (*visitgreece.gr*). Таким образом, в четвертой группе стратегия геронтомаркетинга никак не визуализирована.

Подводя итог, можно заметить, что первые две группы сайтов официальных туристских порталов довольно внимательно относятся к интересам пожилых в сфере туризма. Больше половины из анализируемых стран (56 %) имеют четко выраженную стратегию геронтомаркетинга в туризме. Общие черты маркетологи официальный туристических порталов зарубежных стран предлагают старшему сегменту, не сильно ограниченному в средствах и имеющему достаточно свободного времени, культурно-исторические туры, музыкальные и театральные программы, речные и морские круизы, паломнические туры и медицинский туризм. Из средств размещения пожилым предлагаются отели без сути и шума, достаточно дорогие загородные дома.

Из проанализированных нами 25 сайтов стратегия геронтомаркетинга никак не визуализирована на 11 из них — это третья и четвертая группа нашего рейтинга. Они составляют 44 %. Исследования, проведённые ООН, показали, что отсутствие интереса к пожилым потребителям исходит из эйджизма и ограниченного понимания рынка [1]. Необходимость

преодоления существующих стереотипов образует социальный контур задач геронтомаркетинга, ориентированный на построение взаимодействия с социумом и формирование образа пожилого потребителя, соответствующего объективным характеристикам, свободного от стереотипных шаблонов восприятия, характерных для общественного сознания.

#### **Библиографический список**

1. UNFPA. Ageing in the Twenty-First Century. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unfpa.org/publications/ageing-twenty-first-century> (дата обращения: 16.04.2020).
2. Асташова Ю.В. Эйджизм как фактор сдерживаения геронтомаркетинга на российском потребительском рынке // Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management. 2018, Vol. 12, N.1, pp. 142–151.
3. Багиев Г.Л. К вопросу измерения удовлетворенности геронтопотребителей средствами рекламы / Г.Л. Багиев, А.О. Шульга, К.С. Таловова // Социологические аспекты управления и экономики. 2010, №6 (66). С. 50–56.
4. Григорьева Е.И. Особенности развития туристических программ для пожилых людей // Вестник ТГУ. 2011, Вып. 12 (104). С. 627–632.
5. Грошев И.В. Туристический бизнес для людей старшего возраста // ЭКО 2012, №9. С. 33–39.
6. Киберленинка. Публикации по ключевому слову «серебряная экономика» // [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/search> (дата обращения: 16.04.2020).
7. Лагусев Ю.М. Современные тенденции организации туристского обслуживания людей пожилого возраста // Сервис Plus. 2019, №2(13). С. 27–35.
8. Национальный комитет по туризму Португалии. Видео-материалы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.visitportugal.com/en/sobre-portugal/videos> (дата обращения: 16.04.2020).
9. ООН. Отдел народонаселения. Мир Население Перспективы 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://population.un.org/> (дата обращения: 16.04.2020).
10. Серия промороликов. Швейцарцы в городе! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yKKjAV64xRw>; Grand Tour of Switzerland! [https://www.youtube.com/watch?v=80m\\_K4zyPVAw](https://www.youtube.com/watch?v=80m_K4zyPVAw); Experience the happiness of the Swiss on the Grand Tour of Switzerland <https://www.youtube.com/watch?v=LIs01S084AY> (дата обращения: 16.04.2020).
11. Филиппова Н.Н. Особенности туристических продуктов для пенсионеров // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017, Том 3. С. 506–508.
12. Численность пенсионеров в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://franshiza.pro/myblog/statistika/chislennost-pensionerov-v-rossii.html> (дата обращения: 16.04.2020).
13. Шерешева М.Ю. Потребительское поведение россиян возрастной категории 50+: pilotное исследование / М.Ю. Шерешева, Л.А. Валитова, С.М. Березка // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2017, Т. 16. Вып. 2. С. 242–266.

**В.М. Кицис, В.А. Родькина**

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

**УДК 338.48**

# ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

**В**се возрастающая роль туристской сферы в экономике отдельных стран и мирового хозяйства в целом вызывает к жизни необходимость изучения проблем и преград, стоящих на пути интеграции национальных туристских хозяйств в мировую туристскую индустрию. Знание существующих проблем и возможных перспектив развития рынка международных туристских услуг способствуют выбору туристскими предприятиями стран оптимальных методов и средств выхода как на отдельные региональные рынки, так и на мировой рынок туристских услуг. Именно ответам на эти вопросы посвящена данная статья, объектом исследования которой выступает международный туризм.

**Ключевые слова:** международный туризм, мировой рынок туристских услуг, проблемы развития международного туризма, перспективные туристские направления.

**V.M. Kitsis, V.A. Rodkina**

National Research Mordovia State University

## PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT

The increasing role of the tourism sector in the economy of individual countries and the world economy as a whole makes it necessary to study the problems and obstacles that stand in the way of integrating national tourist enterprises into the world tourism industry. Knowledge of the existing problems and possible prospects for the development of the international tourism services market contributes to the selection of optimal methods and means of entering both individual regional markets and the world market of tourist services by tourist enterprises of countries. This article is devoted to the answers to these questions, the object of research of which is the world market of tourist services.

**Keywords:** international tourism, the world market of tourist services, problems of international tourism development, promising tourist destinations.

Значимость международного туризма в мировой экономике постоянно растет. Этот сектор мирового хозяйства относится к числу наиболее быстро развивающихся отраслей. Туризм выступает во многих странах мира катализатором развития национальных экономик, особенно в тех странах, где экономика носит монопрофильный характер. Туристская индустрия выступает и фактором развития отдельных регионов, источником поступления иностранной валюты, важной статьей платёжного баланса любой страны.

---

© Кицис В.М., Родькина В.А., 2020

**Кицис Вячеслав Михайлович,**

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

**Родькина Валерия Андреевна,**

студентка 4 курса, географический факультет, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва;  
*rodkina-lera@mail.ru*

Международный туризм оказывает мощное воздействие на социально-экономическую жизнь стран, на их культуру и состояние природной среды. Туризм формирует имидж страны на мировой арене, способствует укреплению ее авторитета, повышению роли в мировом хозяйстве, повышению уровня благосостояния местных жителей. В связи с этим органам государственной власти, туристским организациям и предприятиям необходимо изучать динамику и тенденции развития мирового рынка туристских услуг, анализировать особенности его развития, сопоставлять собственное национальное или региональное развитие с мировыми трендами, искать пути выхода на внешние рынки, повышать конкурентоспособность своих туристских продуктов.

Роль туризма в мире неуклонно растет, что обусловлено его увеличившимся воздействием на экономическую сферу отдельных стран.

В 2017 г. удельный вес услуг составлял почти 1/4 (23,7 %) общего объема мировой торговли товарами и услугами, что указывает на достаточно высокий потребительский показатель. Услуги на данный момент становятся одним из драйверов мирового и национального развития. При этом доля туризма в международной торговле услугами достаточно велика (почти 30 %) и продолжает увеличиваться [1].

На развитие международного туризма влияют следующее:

- увеличение числа деловых и культурно-познавательных поездок;
- возможность для работников получать более длительные отпуска;
- улучшение взаимоотношений внутри и между отдельными регионами (культурные обмены);
- быстрое развитие транспортной сферы, а также значительный прогресс в сфере телекоммуникаций;
- облегчение процедуры вывоза валюты, снижение пограничного контроля во многих странах и др.

Однако, несмотря на достаточно динамичное развитие в последние десятилетия, мировой рынок туристских услуг наталкивается на целый ряд проблем, сдерживающих его поступательное движение. К их числу следует отнести:

1. Неравномерность развития туризма по регионам и странам мира. Данная неравномерность обусловлена высокой степенью дифференциации стран по уровню социального и экономического развития. Наряду с развитыми странами существует более 50 стран мира, которые относят к числу беднейших стран мирового сообщества. Естественно, что эти страны не могут выделить необходимые средства на развитие туризма, им необходимы в решении этой проблемы помочь развитых стран.

2. Многие страны считают, что поскольку туризм не относится к экономическим благам первой жизненной необходимости, не является насущной потребностью человека, то его развитие можно отложить на отдаленную перспективу, сосредоточив усилия на повышении уровня жизни населения, увеличении их доходов. Таким образом, развитие рынка туристских услуг откладывается на неопределенный период времени.

3. Проблема неравенства освоения мирового туристского рынка, которая обусловлена рядом факторов:

- различным туристско-рекреационным потенциалом отдельных стран и регионов мира;

– неодинаковой степенью доступности туристско-рекреационных ресурсов;

– отсутствием или дефицитом средств на изучение собственных территорий в целях определения и оценки их туристско-рекреационного потенциала, а также оптимального обустройства в туристском отношении;

– высокой степенью сезонности туризма во многих регионах мира;

– неблагоприятными природными факторами.

4. Низкий уровень государственной финансовой поддержки туристской индустрии или полное ее отсутствие. Во многих развивающихся странах также отсутствуют и частные инвестиции в туристский сектор.

5. Потоки международных туристов крайне неравномерно распределены по регионам и странам: основная масса туристского потока приходится на европейские страны.

6. Большая часть международных туристских потоков носит внутрирегиональный характер, что связано с высокими транспортными издержками (авиационные и круизные) при организации поездок на другие материки.

7. Высокий уровень конкуренции на мировом рынке туристских услуг, вызванный не только перенасыщением рынка однотипными туристскими продуктами, но и увеличением количества стран с широко идущими планами притока иностранных туристов.

8. Непроработанность нормативно-правовой базы в сфере туристской индустрии в значительной части стран.

9. Отсутствие и непроработанность национальных программ развития туристской индустрии: программ по подготовке кадров для отрасли, проектов информационного обеспечения туристских предприятий, проектов развития туристской инфраструктуры, туристских центров, курортов, туристских кластеров и др.

10. Высокий уровень нагрузки, приводящий к экологическим проблемам, в основных центрах мирового туризма. Проблема стоит настолько остро, что уже составляются и публикуются рейтинги стран и городов, в которых туристам не рады. Туристов часто встречают с плакатами «Отправляйтесь домой», а иногда и просто отказывают в обслуживании. Антитуристские акции часто проходят в Барселоне, Амстердаме, на островах Ибица и Майорка, в других туристских центрах Европы [4].

11. Сложные визовые формальности. Несмотря на то, что большая часть стран мира стремится максимально упростить паспортные и визовые формальности, страны Шенгенского союза не торопятся этого делать.

Многие туристы, не являющиеся гражданами Евросоюза, но желающие посетить его страны, часто сталкиваются с громоздкими, длительными и дорогостоящими визовыми процедурами. Ожидается, что более гибкие и доступные визовые правила могут привести к увеличению поездок жителей этих шести стран в Шенгенскую зону от 30 % до 60 % [2].

12. Угроза жизни, здоровью и безопасности туристов вследствие политических, экономических и социальных причин, техногенных аварий.

Эти и другие проблемы (старение населения, возникновение новых угроз безопасности, дальнейшее расслоение туристов по доходам, уровню образования, высокие темпы урбанизации в развивающихся странах, глобальное изменение климата и др.) являются сдерживающими факторами развития мирового рынка туристских услуг.

По прогнозу ЮНВТО в 2030 г. во всем мире произойдет рост числа международных туристских прибытий до 1,8 млрд. При этом темпы роста в разных странах будут значительно отличаться: в развивающихся странах увеличение числа прибытий в среднем составит 4,4 % в год, тогда как в развитых странах только 2,2 %. По расчетам ЮНВТО доля развивающихся экономик на мировом туристском рынке увеличится с 47 % в 2013 г. до 57 % в 2030 г. [6].

Увеличивающееся позиционирование людей как гражданин мира, а не отдельно взятой страны, способствует росту числа туристских поездок и расширению масштабов мирового рынка туристских услуг.

На конференции ЮНВТО в Лиссабоне по результатам исследования «Tourism: 2020 Vision» провозглашены пять перспективных туристских направлений в XXI в. [5].

### **1. Приключенческий туризм**

В мире с каждым годом становится все меньше регионов и территорий, которые до сих пор не посещали туристы. Многим современным туристам уже не нужно просто наслаждаться традиционным отдыхом у моря, им нужно покорять горные вершины и морские глубины, забраться в такие точки планеты, где «не ступала нога человека». Данные туристские потребности вызывают к жизни появление соответствующих туристских продуктов.

В перспективе в целях удовлетворения растущих потребностей увеличится число туристских горных маршрутов, причем в поле зрения туристов все чаще попадают самые высокие горные вершины мира. Так, если за весь период истории покорения Эвереста на него поднялось 8 291 человек,

то только в сезоне 2017 г. вершину покорили 605–645 человек, или 7,3–7,8 % [8]. Набирают популярность путешествия туристов на подводных лодках. Для удовлетворения этих потребностей для туристов строят подводные лодки с прозрачным корпусом и с мощными светодиодными фарами, что дает возможность увидеть и запечатлеть красоты и жизнь обитателей подводных глубин. Например, совершаются путешествия с туристами к месту гибели «Титаника». Все более востребованными становятся маршруты туристов в полярные широты — в Арктику и Антарктику. Создана Международная Ассоциация антарктических туроператоров (МААТО), объединяющая 124 туристские компании, и которая прогнозирует рост числа туристов, посетивших Антарктиду. По данным МААТО, в 2018–2019 гг. континент посетили 56 168 путешественников [7].

Практически все страны, занимающиеся изучением Антарктиды, имеют там свои туристские базы, принимающие путешественников.

### **2. Круизы**

Круизные перевозки в мире развиваются очень быстрыми темпами. Круизные компании мира за 2018 г. перевезли 26 млн пассажиров, что на 3,3 % больше, чем в 2017 г., а общая вместимость всех лайнеров в мире составила 537 тыс. человек, количество судов — 314 [3]. При этом отметим, что не только постоянно улучшаются условия путешествия на океанских лайнерах и увеличивается количество туристских маршрутов, но также они становятся экологичнее — на судах отказываются от пластиковой и одноразовой посуды, а суда оснащаются системами очищения выхлопных газов.

### **3. Экологический туризм**

Сохранение окружающей среды, соблюдение условий устойчивого развития территории — основная цель экологического туризма. Туристские организации разрабатывают разнообразнейшие тематические экотуры для любителей природы, для туристов с учетом их потребительских предпочтений. Экотуризм преимущественно связан с посещением национальных парков и заповедников, где проложены экологические тропы. Доходы от экологического туризма являются достаточно важным источником финансирования проектов по охране природы.

### **4. Культурно-познавательный туризм**

Европейские, азиатские и ближневосточные страны являются основными центрами мировой истории. Еще в древнем мире это были наиболее развитые регионы мира. Неудивительно, что за такой длинный исто-

рический период здесь накопилось огромное количество разнообразных памятников истории, культуры, архитектуры и пр. Именно они являются магнитом, притягивающим туристов, путешествующих с познавательными целями, со всего мира. Однако повышенный интерес в последние годы к культурно-познавательному туризму вызывает у местных властей озабоченность по сохранению памятников культуры и приводит к применению эффективных мер в этой сфере и управлению масштабами туристских потоков.

### **5. Тематический туризм**

Тематический туризм связан с повышенным вниманием к какому-то конкретному, интересующему туриста, явлению. При этом данный интерес, например, к северному сиянию, исполнению древних обрядов, преобладает над другими мотивами туристской поездки. Существует много разновидностей тематического туризма: национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события; международные технические салоны и др.

Благодаря тематическому туризму появляются тематические парки. В частности, можно отметить парки развлечений «Диснейленд», водный парк «Морской рай Хаккайдзима» в Йокогаме (Япония), парк развлечений «Сады Тиволи» в Копенгагене (Дания), парк развлечений «Юниверсал Студиос Флорида» в Орландо (США), парк аттракционов «Диво Остров» в Санкт-Петербурге, военно-патриотический парк «Патриот» в Одинцовском районе (Московская область), этнографический парк-музей «ЭТНОМИР» в Калужской области (Россия) и многие другие. При этом год от года популярность тематических парков в мире постоянно растет.

Таким образом, несмотря на достаточно динамичное развитие международного туризма, в мире постоянно возникают препятствия, создающие новые вызовы развитию мирового туристского рынка. Все это требует качественного изменения на уровне каждого государства в подходах к формированию новых туристских продуктов, совершенствованию туристской индустрии в соответствии с требованиями времени.

### **Библиографический список**

1. Барометр международного туризма ЮНВТО: Статистическое приложение. URL: [http://www.mf.rmat.ru/wysiwyg/file/2018%20news/UNWTO\\_Barom18\\_01\\_January\\_Statistical\\_Annex\\_ru.pdf](http://www.mf.rmat.ru/wysiwyg/file/2018%20news/UNWTO_Barom18_01_January_Statistical_Annex_ru.pdf). (дата обращения: 09.03.2020).
2. ЕС упростит визовые процедуры для краткосрочных поездок. URL: <https://europa.eu/europe/eu/2723-es-uprostit-vizovye-protsedury-dlya-kratkosrochnykh-poezdok> (дата обращения 06.02.2020).
3. Круизные компании в 2018 году перевезли 26 млн пассажиров. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/55669/> (дата обращения 13.02.2020).
4. Не надо туда ехать. URL: <https://zen.yandex.ru/media/euromag.ru/ne-nado-tuda-ehat-5d4d5ead118d7f00affe5120> (Дата обращения 06.02.2020).
5. Перспективы развития мирового туристского рынка. Экономика международного туризма. URL: [https://bstudy.net/682674/turizm/perspektivy\\_razvitiya\\_mirovogo\\_turistskogo\\_ryntka](https://bstudy.net/682674/turizm/perspektivy_razvitiya_mirovogo_turistskogo_ryntka) (дата обращения 10.02.2020).
6. Tourism: 2020 Vision 4: Электронная библиотека Всемирной туристской организации. URL: <http://sete.gr/files/Media/Ebook/110301.pdf> (Дата обращения 10.02.2020).
7. Число туристов, посещающих Антарктиду, выросло на 50%. URL: <https://countryscanner.ru/news/chislo-turistov-poseshchayushchikh-antarktidu-vyroslo-na-50%25amp/> (дата обращения 13.02.2020).
8. Эверест 2017 года: восхождения, рекорды, смерти и статистика. URL : <https://4sport.ua/news?id=28049> (дата обращения 13.02.2020).

# ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Л.А. Пониматкина

Московский педагогический государственный университет

УДК 330.354

## ТУРИСТСКИЙ БИЗНЕС В СИТУАЦИИ ПАНДЕМИИ COVID-19: ПРОБЛЕМЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

**В** статье характеризуются состояние и перспективы туристского бизнеса, вызванное неблагополучной эпидемиологической ситуацией с распространением COVID-19 не только в России, но и во всем мире. Принятые сначала за рубежом, а затем и в России ограничительные меры на фоне пандемии фактически закрыли возможность путешествий. Туризм пока не намерен сдаваться: турфирмы, авиакомпании и отели активно разрабатывают антикризисные программы, делая ставку на внутренний туризм при ожидаемом снижении пандемии. Между тем, введенные ограничения на турпоездки могут стать для отрасли действительно серьезным ударом.

**Ключевые слова:** *туроперейтинг, туроператор, форс-мажор, распространение коронавируса, COVID-19, эпидемия, кризис, внутренний туризм, фонд персональной ответственности, турист, самодеятельный турист, туристская организация UNWTO.*

L.A. Ponimatkina

Moscow Pedagogical State University

### TOURISM BUSINESS IN THE COVID-19 PANDEMIC SITUATION: PROBLEMS AND CONSEQUENCES

The article describes the condition and prospects of the tourist business caused by the unfavorable epidemiological situation with the spread of COVID-19 not only in Russia, but also around the world. The restrictive measures taken first abroad and then in Russia against the background of the pandemic effectively closed the possibility of travel. The tourism industry is not going to give up: travel agencies, airlines and hotels are actively developing anti-crisis programs, betting on domestic tourism with the expected decrease in the pandemic. Meanwhile, the restrictions imposed on tourist trips can be a really seriously impact for the industry.

**Keywords:** *touring, tour operator, force majeure, coronavirus spread, COVID-19, epidemic, crisis, domestic tourism, personal responsibility Fund, tourist, Amateur tourist, UNWTO tourism organization.*

До вспышки COVID-19 туризм демонстрировала активный рост на протяжении нескольких последних лет [1]. Всемирная туристская организация UNWTO делала прогноз роста туристической активности за январь 2020 года на 3–4 %, но вследствие наступления неблагоприятной

эпидемиологической ситуации оценила снижение туристической активности в 2020 году на 20–30 %, в результате чего мировая экономика недополучит от 30 млрд долл. до 50 млрд долл. (от 2,2 трлн до 3,7 трлн руб.) [2].

Туризм находится в состоянии «паузы» как в России, так во всем мире. Пандемия коронавируса фактически остановила мировую туротрасль. Труднее всего компаниям с большой кредитной нагрузкой, а еще сложнее тем, у кого эта нагрузка в валюте.

© Пониматкина Л.А., 2020

Пониматкина Людмила Александровна,  
к. э. н., доцент кафедры туризма и межкультурной коммуникации  
Московский педагогический государственный университет;  
[la.ponimatkina@mpgu.su](mailto:la.ponimatkina@mpgu.su)

Современный кризис в туротрасли, вызванный пандемией, третий и самый масштабный за последние 20 лет по отрицательной динамике: первое снижение международных прибытий (на 0,4 %) случилось в 2004 году во время эпидемии SARS, второе (на 4 %) — по причине глобального экономического кризиса в 2009 году, но все падения процентов не могут сравниться с цифрами 2020 года. По прогнозам UNWTO, снижение числа туристов будет сохраняться в последующие пять-семь лет, при этом только лишь в мировой авиации упущенная выгода в 2020 году по сравнению с 2019 годом составит 38 %, или 252 млрд долл. (1,9 тыс. трлн руб.) [2]. Есть такое мнение, что туризм в любой кризис падает первым, а восстанавливается последним.

COVID-19 нанес колоссальный вред туристской отрасли, в результате чего отдельные турфирмы закрылись. Мелкие туроператоры отправили сотрудников в вынужденный отпуск без сохранения заработной платы, крупные туроператоры продолжают работать, занимаясь изменением стратегий развития, переориентацией по продуктам, переносами сроков поездок и работой с поставщиками и агентами.

По оценкам АТОР, в России примерно треть туроператоров и турагентств закроют свою деятельность к лету 2020 г. [2]. Глубина отмены бронирования туров по России на момент начала пандемии составляла 3–6 месяцев (50–80 %). По выездному туризму отмена бронирований — 100 % с глубиной бронирования 4–7 месяцев [3].

Из-за карантина загрузка гостиниц в начале апреля 2020 г. снизилась на 63 % в Москве и на 70 % — в Санкт-Петербурге. У туроператоров к уже аннулированным турам на май добавились отказы от летнего отдыха, включая отдых в России. По оценкам АТОР, если ситуация пойдет по самому пессимистичному сценарию, и до сентября зарубежные страны будут закрыты, то туроператоры выездного туризма недополучат 25 млрд руб., въездного — 12 млрд руб. [2].

По оценкам Туристической ассоциации США (U.S. Travel Association), только лишь экономике США потери туризма от эпидемии составят 910 млрд долл. (6,8 тыс. трлн руб.), что в семь раз больше, чем ущерб от событий 11.09.2001 г., когда в этой стране произошел террористический акт. Согласно экономическому прогнозу JP Morgan, опубликованному в The Telegraph, больше всего от кризиса пострадает экономика Мексики, ЮАР, Новой Зеландии, США и Австралии, и туристический бизнес сыграет в этом не последнюю роль [2].

Предсказать, какой туротрасль выйдет из кризиса, сложно, не вызывает сомнения будущий значительный отложенный спрос, но время покажет, каковы будут новые предложения, и кто останется на рынке из прежних «игроков».

По словам гендиректора туроператора TUI, туристам по состоянию на конец апреля 2020 года (напомним, что пандемия в России началась в начале марта 2020 г) вернули средства только за 5–7 % проданных туров, в основном это аннуляции поездок в Китай, Иран, Италию и Южную Корею, куда не рекомендовал ездить Роспотребнадзор еще в начале кризиса. Около 80 % туристов сохранили свои заявки, часть средств туроператор депонировал относительно ситуаций, когда туристы еще не знают, когда и куда смогут поехать в отпуск [4].

Туроператорские компании старались мотивировать клиентов оставлять деньги в компании, предлагая заморозить их по старому курсу и разрешая перенос броней на период потенциально высокого сезона без доплат [4].

В ANEX Tour спрогнозировали оперативное восстановление спроса и покупательской способности после нормализации эпидемиологической ситуации в мире. Что касается деятельности самого туроператора, то считается, что со временем ANEX Tour обязательно удастся выйти на глубину бронирований конца 2019 года.

Вероятно, настоящий кризис приведет к укрупнению турагентского сектора и уменьшению количества малого бизнеса. Не исключено, что ряд туроператоров, особенно нишевых, не справятся и уйдут с рынка. Возможно, доля самостоятельных туристов на какое-то время уменьшится, так как эта категория потребителей оказалась в наиболее уязвимом положении.

Восстановление туротрасли не будет однородным, так как разные части мира справятся с коронавирусом в разное время. Внутренние поездки, на наш взгляд, восстановятся быстрее, чем международные, а отдельные страны для бизнеса будут открыты раньше других.

Но если даже первыми будут открыты границы внутри страны, не стоит ожидать, что все сразу станут бронировать российские курорты. По оценкам ANEX Tour, при поэтапном открытии границ возможный прирост на туры внутри страны составит не более 10 % [2].

Во время пандемии гостиничные холдинги также вынуждены сокращать расходы, о чем в конце марта 2020 г. заявили Wyndham и

Hilton. Так, в Wyndham собирались сократить персонал на 270 позиций и урезать зарплаты, включая отказ базового оклада генерального директора корпорации и гонораров совета директоров. В Hilton большую часть корпоративных работников собирались отправить в 90-дневный неоплачиваемый отпуск. Тем, кто продолжит работать, на 20 % сократили оклады, а руководство компании до конца 2020 года будет получать лишь 50 % зарплаты [2].

Как сообщил «РБК Стиль» генеральный директор Accor New East Europe Алексис Деларофф, около половины отелей французской гостиничной корпорации в условиях пандемии закрыты или закрываются: часть по экономическим соображениям, некоторые по решению местных властей [2].

По утверждению главы представительства авиакомпании Finnair в России, практически все авиакомпании мира по состоянию на май 2020 г. либо вынуждены поставить самолеты в аэропорту и не летать, либо осуществляли небольшое количество рейсов. Авиакомпании серьезно страдают, бизнес низкомаржинальный, мало у кого есть серьезная денежная подушка, чтобы пережить такой период [2].

Первоочередные меры поддержки компаний в условиях пандемии коронавируса озвучили участники туристической отрасли в конце марта 2020 года на онлайн-конференции, организованной Российским союзом туриндустрии и Агентством стратегических инициатив (АСИ) [3].

В конференции приняли участие около 2,5 тыс. представителей отрасли — туроператоров, турагентств, отельеров и транспортных компаний. Наиболее значимые предложениями выхода из кризисной ситуации явились следующие:

- организовать бесплатные юридические консультации для представителей отрасли;
- поддержать бизнес в урегулировании отношений с зарубежными партнерами, визовыми центрами и авиаперевозчиками;
- предусмотреть льготное кредитование для туристических компаний, так как банки отказываются давать займы «просевшей» отрасли;
- субсидировать затраты на обслуживание автобусов для компаний, занимающихся перевозками туристов;
- заменить отсрочку по налоговым платежам на налоговые каникулы до конца второго квартала 2020 года. Альтернативный вариант — продлить отсрочку на весь 2020 год;
- после ограничений, введенных из-за коронавируса, субсидировать детские путешествия по регионам России [3].

Актуальную информацию о принятых и разрабатываемых мерах поддержки также представили сотрудники федеральных органов власти: Ростуризма, Минэкономразвития, Минтранса, Минкульта и Роспотребнадзора, среди которых:

- снижение взноса в резервный фонд «Турпомощь» до 1 рубля;
- компенсация из фондов персональной ответственности операторов аннулированных туров по «закрытым» для туристов странам;
- возмещение убытков, связанных с авиаперевозками [3].

Своими практиками поддержки отрасли поделились управленческие команды из 10 регионов — Волгоградской, Кемеровской, Псковской, Самарской, Сахалинской, Свердловской, Тюменской, Ярославской областей, Приморского края и Республики Татарстан.

Так, к примеру, в Приморском крае снижены налоги для предпринимателей в туризме и сфере услуг — УСН до 1%, гостиницы и хостелы освобождены от налога на имущество, в 3 раза снижен налог для авиакомпаний. В Свердловской области для консультирования предпринимателей в сфере туризма открылась «горячая линия» на базе центра «Мой бизнес». Ярославская область планирует ввести систему бонусов для самых первых туристов после эпидемии [3].

В дальнейшем в соответствии с Распоряжением Правительства РФ № 898-р принято решение, подразумевающее для туроператоров возможность возвращать деньги туристам за аннулируемые туры по «закрытым» странам из средств фондов персональной ответственности. По выплатам туристам по каждой стране принимается отдельное решение. Это касается стран, в которых введены ограничения по причине эпидемиологической ситуации, связанной с коронавирусной инфекцией (период путешествия — с даты введения ограничений до 01.06.2020 г.) [6].

Постановлением Правительства Российской Федерации от 08.04.2020 № 461 утверждены «Правила возврата туристам и (или) иным заказчикам уплаченных ими за туристский продукт денежных сумм из денежных средств фонда персональной ответственности туроператора». Непосредственное решение об использовании средств фонда персональной ответственности принимает сам туроператор посредством направления соответствующего уведомления в Ассоциацию «Турпомощь». Туроператоры, которые не проинформировали об использовании фонда персональной ответственности, осуществляют возврат денежных средств туристам или иным

заказчикам из собственных средств в общем порядке, установленном законодательством Российской Федерации. В целях оказания дополнительной поддержки таким туроператорам предусмотрена возможность переноса (отсрочки) ежегодного взноса за 2020 г. в фонд персональной ответственности до 15.04.2021 г. [5].

Склоняемся к мнению экспертов, что работникам турбизнеса, кто в условиях пандемии решил не закрываться, необходимо продолжать взаимодействие с клиентами на перспективу. Многие туристические компании сокращают маркетинговые бюджеты из соображений экономии, однако продвижение сейчас важнее, чем когда-либо. Исследования прошлых кризисов показали, что бренды могут ускорить свое восстановление после рецессии, повышая ценность бренда и узнавая его во время рецессии [1].

Турбизнес является неотъемлемой частью социума, и поэтому, считаем, что ему следует очень активно подключаться к борьбе с COVID-19. Например, Delta бесплатно перевозит добровольцев в города, где наиболее тяжелая ситуация с распространением вируса. Four Seasons в Нью-Йорке предлагает бесплатные комнаты для медицинских работников, а Carnival предоставил свои корабли для использования в качестве медицинских учреждений [1].

Многие дестинации запустили маркетинговые кампании на время пандемии: Португалия, Исландия, ОАЭ, даже Лас Вегас. «Город грехов» снял видео, в котором демонстрируется пустой Стрип Лас-Вегаса под песню «Only You», а основное послание заключается в следующем: город будет ждать туристов на том же месте, когда все закончится [1].

Считаем, что в условиях пандемии туроператорам стоит изучать конкурентный ландшафт. Это означает, что бренды должны пересмотреть то, как конкурентная среда может выглядеть после восстановления. Хотя временные рамки трудно предсказать, компании, которые в состоянии сделать это, должны сейчас предпринять шаги, чтобы быть готовыми к быстрому выходу из кризиса. В то время как выход на новые рынки требует понимания и привлечения новых клиентов, существует множество данных, которые позволяют компаниям анализировать поведение клиентов, определять правильные перспективы и искать сигналы для определения того, когда путешествие набирает обороты [1].

Наиболее вероятным является то, что наиболее быстрый отклик дадут инвестиции в цифровые каналы продаж. Круиз-

ные линии, например, будут иметь возможность продавать напрямую потребителям, так как многие из небольших туристических агентств, ориентированных на круизы, могут не пережить кризис. Прямое бронирование гостеприимства также, вероятно, усилится, так как некоторые путешественники будут искать возможность бронировать через OTA или Airbnb, поскольку будут искать повышенные гарантии качества и возможности повторного бронирования и отмены бронирования [1].

Здоровье и гигиена выйдут на первый план в первые месяцы, а, возможно, и годы после завершения коронавируса. И стоит уже сейчас изучить цифровые инструменты, которые предоставляют возможность взаимодействовать «без прикосновения». Речь идет не только о бесконтактных платежах. Для путешественников и гостей мобильная среда будет расширяться на протяжении всего путешествия: паспорта, посадочные талоны, регистрация в отеле, вход в номер и многое другое — все это постепенно перекочует в мобильные устройства [1].

Все более востребованной будет биометрия, управление жестами и автоматизация, позволяющие персонифицировать взаимодействие, одновременно обеспечивая социальное дистанцирование. Главный пример этого можно найти в китайском аэропорту Чэнду, где есть киоски, которые уже используют распознавание лиц, чтобы помочь путешественникам проверить статус своего рейса и найти свой выход на посадку [1].

В будущем компании могут сократить объемы работы центра обработки вызовов, оптимизировав цифровые точки контакта, чтобы клиентам было проще производить отмены или переносить даты. Так, по некоторым данным, в одной конкретной авиакомпании 50 % звонков ее клиентов остались без ответа. Туристические компании должны использовать общее замедление для оптимизации операций и диверсификации своего бизнеса путем улучшения обслуживания клиентов, демонстрации эмпатии, завоевания доверия потребителей и улучшения продукта к моменту, когда спрос снова появится, уверяют эксперты Public Sapiens [7].

Считаем, что поездки по стране станут доступны намного раньше, чем отдых за рубежом и поэтому туроператорам необходимо делать ставку на развитие внутреннего и въездного туризма. Кроме того, многие процессы перейдут в онлайн. Даже если турагенты со своей клиентской базой, сохранятся в качестве консультантов, туристы

вряд ли будут так же активно приходить в их офисы. На наш взгляд, после выхода из режима самоизоляции и «плачевного» опыта возврата самодеятельных туристов из зарубежных стран в условиях распространения коронавируса, в ближайшем будущем туристы не будут хотеть много перемещаться и постараются упаковать в одну поездку максимум активностей, в результате чего считаем, вырастет спрос на комбинированные туры, в рамках которых люди могут не только отдохнуть, но и решить даже образовательные или деловые задачи.

#### **Библиографический список**

1. Тримайлова А. Чем заняться турбизнесу во время пандемии /Profi. Travel: официальный сайт. Режим доступа: <https://profi.travel/articles/46004/details> (дата обращения 02.05.2020 г.).
2. Желиховская М. Как индустрии выживают в период пандемии. Режим доступа: <https://style.rbc.ru/impressions/5e8c609a9a79477c5afb2336> (дата обращения 05.05.2020).
3. Макаркина Н., Шандуренко О. Туристический бизнес озвучил меры спасения отрасли в условиях пандемии. Режим доступа: <https://asi.ru/news/121824/> (дата обращения – 05.05.2020 г.).
4. Демура Т. Роль туроператоров может вырасти. //Коммерсант, №76/П от 27.04.2020 г. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4328400> (дата обращения 05.05.2020 г.).
5. Федеральное агентство по туризму: официальный сайт. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/content/9/section/85/detail/15061/> (дата обращения 04.05.2020 г.).
6. О возврате туристам и (или) иным заказчикам уплаченных ими за туристский продукт денежных сумм из средств фонда персональной ответственности туроператора: распоряжение Правительства Российской Федерации от 04.04.2020 №898-р. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_349779/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349779/) (дата обращения 05.05.2020).
7. Пониматкина Л.А., Хацева А.Д. Повышение качества услуг на предприятиях туризма. //Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2018, Т. 12. № 1. С. 101–105.

# КЛИЕНТОЦЕНТРИРОВАННЫЙ ПОДХОД И ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

**В** современных условиях, когда недавняя пандемия COVID-19 нанесла серьезный удар по индустрии туризма и гостеприимства (отменены туры, потеряны рабочие места, сорваны новые проекты и т. д.), возникает необходимость в изменениях подходов к ведению бизнеса и реализации маркетинговых концепций. После пандемии отрасль выйдет в совершенно новые условия и это условия неопределенности и отсутствия подконтрольности многих процессов. В данной ситуации процесс выживания и успешного функционирования гостиничных предприятий требует определенной трансформации как сервисных технологий, так и подходов к взаимодействию с потребителем. В статье акцентируется внимание на применение клиентоцентрированного подхода и предлагаются направления для его реализации в гостиничном бизнесе. В рамках данных направлений представлены некоторые технологические новшества, актуальные для гостиниц в современных условиях, а также навыки сотрудников, способствующие адаптации в динамичной среде.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, клиентоцентрированный подход, туризм, сервис, впечатление.

**E.N. Volk**  
Perm State University

## CLIENT-CENTERED APPROACH AND PERSONALIZATION AT THE HOTEL BUSINESS

In modern conditions, when the recent COVID-19 pandemic has dealt a serious blow to the tourism and hospitality industry (canceled tours, lost jobs, disrupted new projects, etc.), there is a need to change approaches to business and marketing concepts. After the pandemic, the industry will enter completely new conditions, and these are conditions of uncertainty and lack of control of many processes. In this situation, the process of survival and successful functioning of hotel enterprises requires a certain transformation of both service technologies and approaches to interaction with the consumer. This article focuses on the application of a client-centered approach and offers directions for its implementation in the hotel business. Within these areas, some technological innovations that are relevant for hotels in modern conditions are presented, as well as the skills of employees that contribute to adaptation in a dynamic environment.

**Keywords:** hotel business, client-centered approach, tourism, service, experience.

Клиентоцентрированный /человекоцентрированный (Client-centered / person-centered) подход зарекомендовал себя несколько лет назад и позволил некоторым прогрессивным сервисным компаниям выйти на новый уровень развития. Данный подход был предложен

© Волк Е.Н., 2020

**Волк Елена Николаевна,**

к. э. н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;  
*Lekos1@yandex.ru*

Карлом Роджерсом для применения в психотерапии, а впоследствии доказал свою эффективность в различных областях: менеджмент, обучение (воспитание), личностные взаимоотношения, сервисная деятельность и др. [4]. Человекоцентрированный подход полагается на существующую в каждом живом организме заложенную природой потребность расти, развиваться, и создает климат, способствующий росту и развитию человеческой личности [4].

Центральную идею этого подхода кратко можно сформулировать следующим образом: у человека есть все необходимые внутренние ресурсы, чтобы решать возникающие перед ним проблемы, ресурсы, которые требуются для развития его возможностей и обеспечивающие его развитие и сохранение. Доступ к этим ресурсам возможен лишь при соблюдении определенных условий, которые способствуют созданию определенного фасилитирующего психологического климата [4]. Все эти условия могут быть реализованы в рамках деятельности сервисных организаций.

Первым условием является подлинность, искренность в отношениях с клиентом, открытое проживание чувства и установки, которые имеют место в данный момент. Искренний сервис призван установить доброжелательные отношения на долгосрочную перспективу. Чем в меньшей степени сотрудник отгорожен от гостя своим профессиональным или личностным фасадом, тем более вероятно, что клиент будет более открыт. Подлинность означает, что сотрудник сервисной организации открыто проживает чувства и установки, которые имеют место в данный момент.

Второе необходимое условие — принятие (признание) — безусловное позитивное отношение сотрудника сервисной организации к гостю. Когда работник ощущает позитивную, неосуждающую, принимающую установку по отношению к клиенту независимо от того, кем тот является в данный момент, снимается напряжение и необходимость играть некие социальные роли. Важно проявление бескорыстной заботы, принятие клиента в целом, самого по себе.

Третьим фасилитирующими условием является наличие эмпатического понимания. Это означает, что сотрудник точно воспринимает чувства, личностные смыслы, переживаемые гостем, и передает ему это воспринятое понимание. Это происходит в том случае, когда сотрудник так глубоко проникает во внутренний мир клиента, что может прояснить не только те смыслы, которые тот осознает, но даже те, что лежат чуть ниже уровня осознания [4]. Это позволяет наилучшим образом понять гостя и предоставить ему персонализированный сервис, что в свою очередь способствует возникновению и укреплению доверия клиента к организации.

Реализация всех вышеизложенных условий представляется возможной во время туристской поездки. Это обусловлено реализацией функций туризма, обеспечивающих развитие человека: познавательно-образовательной; воспитательной; культурной; оздоровительно-релаксационной и др. В связи с этим примене-

ние клиентоцентрированного подхода в туризме и гостеприимстве становится возможным и актуальным.

Практический опыт сервисных компаний позволяет сформулировать некоторые отличительные особенности клиентоцентрической организации:

1. Знание и понимание целевой аудитории. Сегодня уже недостаточно знать социально-демографическую модель целевой аудитории (пол, возраст, образование и т. д.). Современная экономика (экономика впечатлений) диктует новую модель сегментирования, базирующуюся на личных установках, предпочтениях и ценностях. Психографическая модель целевой аудитории включает: а) ценности, жизненные позиции; б) роли в личной и профессиональной жизни; в) эмоции и переживания; г) физиология и психосоматика; д) личностные установки; е) отношение к социальным проблемам; ж) личные увлечения, хобби, образ жизни и др.

2. Бережный сбор, анализ и использование данных о клиенте, о каждом его контакте с организацией об опыте на клиентском пути (Customer Journey).

3. Фокусировка на желаниях и нуждах клиента, развитие продуктов и услуг вокруг этого. Сотрудники организации смотрят на мир сквозь призму ценностей своего потребителя.

4. Реализация стратегии, направленной на создание и поддержание вовлеченности клиентов.

Обеспечение клиентоцентрированного подхода в гостиничном бизнесе представляется возможным благодаря действиям в двух основных направлениях: во-первых, внедрению современных технологий; во-вторых, развитию необходимых навыков у сотрудников гостиничного предприятия.

В направлении технологических нововведений внедрению клиентоцентрированного подхода способствуют следующие:

1. Блокчейн (Blockchain). Внедрение технологии Blockchain в гостиничный бизнес помогает в управлении доходами, интеграции программного обеспечения, управлении контентом, ускорении API, управлении и продвижении прямых заказов и многом другом.

Для обеспечения надежного и бережного хранения персональной информации и надежности платежей технология Blockchain позволяет добавить уровни безопасности сохранности данных. Необходимая информация о клиентах доступна в децентрализованной базе данных, это способствует укреплению доверия гостя к предприятию, поскольку кража данных и мошенничество с платежами являются двумя основными проблемами, с которыми сталкивается отрасль в настоящее время.

Таблица 1

**Навыки, необходимые для успешной работы в современных условиях  
(по итогам опроса сотрудников отделов кадров ведущих мировых работодателей)**  
Составлено автором по [7]

2015 год	2020 год
1 Решение сложных задач	1 Решение сложных задач
2 Взаимодействие с другими участниками	2 Критическое мышление
3 Управление людьми	3 Творчество
4 Критическое мышление	4 Управление людьми
5 Вести переговоры	5 Взаимодействие с другими участниками
6 Контроль качества	6 Эмоциональный интеллект
7 Сервисность (быть ориентированным на обслуживание)	7 Принятие взвешенных решений
8 Принимать взвешенные решения	8 Сервисность (ориентация на обслуживание)
9 Активное слушание	9 Ведение переговоров
10 Творчество	10 Когнитивная гибкость

Помимо безопасного хранения персональных данных Блокчейн позволяет совершенствовать программы лояльности. Как показывает практика, большинство баллов лояльности, начисленных клиентам, остаются неиспользованными по разным причинам. Многие клиенты гостиниц либо забывают о баллах лояльности, либо не знают, как их обменять, либо не подключаются к программе лояльности ввиду однократности покупки у данного предприятия. Теперь баллы лояльности могут быть объединены между партнерами (отелями, круизными компаниями, ресторанами, авиакомпаниями, прокатом автомобилей и др.), что позволяет потребителям получать более удобное взаимодействие.

2. Интернет 5G, Виртуальная реальность (Virtual Reality) и Дополненная реальность (Augmented Reality).

Люди путешествуют ради воспоминаний. Лучший опыт приводит к лучшим воспоминаниям, а опыт путешествия начинается на этапе планирования — выбором места для отдыха. Гостиницы, используя пятое поколение беспроводной связи (5G), стремятся к тому, чтобы впечатления были яркими и приятными с самого начала и оставались надолго после совершения поездки. Сверхбыстрые мобильные веб-сайты, видео и изображения обогащают процесс бронирования, приложения для управления гостиничными номерами, веб-сайт и приложения поддержки клиентов в режиме реального времени и многое другое персонализируют гостиничную услугу.

3. Искусственный интеллект (Artificial Intelligence) и робототехника.

Некоторые отели используют роботов в качестве администраторов (The Henn na Hotel Japan), guest relations (Hilton McLean Tysons Corner), дворецких (Radisson Blu Edwardian, Hampshire), для обслуживания

номеров (YOTEL Boston) [3, 5]. Роботы, безусловно, помогают улучшить обслуживание гостей в круглосуточном режиме и, кроме того, роботы не подвержены влиянию вирусов. Искусственный интеллект оказывает огромную помощь отельерам в управлении своими брендами с помощью обзоров, используя отзывы клиентов для сравнительного анализа, управления социальными каналами в режиме реального времени, проверки негативных отзывов и многое другого (Real time marketing). Также искусственный интеллект внедряется в гостиницы с целью адаптироваться к людям, больше взаимодействовать с гостями, чтобы обеспечить наилучший сервис (с учетом персональных особенностей) и создавать установку для развития.

Автоматизированный автомобиль — еще одно новшество, которое может стать популярно в ближайшие годы. Автомобили без водителя были бы востребованы гостями, которые не хотят, чтобы водитель вмешивался в их личную жизнь, ведь сегодня в мировой практике уже есть случаи, когда гости отказываются от уборки в номерах, чтобы ограничить проникновение персонала на свою территорию [2].

4. Самодезинфекция.

В связи с пандемией COVID-19 технологии, обеспечивающие противовирусную безопасность гостям, приобретают особую популярность. В качестве примера можно привести технологию ACT CleanCoat, разработанную датской компанией ACT.Global. Это технология само-дезинфекции, которая не имеет ни цвета, ни запаха, и активируется солнечным светом. В тестах, проведенных национальными исследовательскими организациями, такими как Denmark's National Research Centre for the Working Environment, было показано, что антибактериальный спрей ACT CleanCoat уничтожает микробы, варьируемые

от гриппа и сальмонеллы до плесневых спор и аллергенов. Кроме того, использование этой технологии способствует защите экологии и окружающей среды поскольку: во-первых, дезинфицирующие химикаты не смываются водой и, следовательно, не попадают в окружающую среду; во-вторых, значительно сокращается потребление воды, которая раньше расходовалась во время дезинфекции номера. Это означает, что отель оказывает меньшее негативное влияние на окружающую среду из-за сточных вод [6].

Вторым направлением, обеспечивающим клиентоцентрированный подход в гостеприимстве является формирование и развитие необходимых навыков у сотрудников отелей. По данным Всемирного экономического форума [7], каждые пять лет изменяются более трети (35%) навыков, которые считаются важными в современной рабочей силе (табл. 1).

Выделим несколько групп навыков, которые представляются наиболее значимыми в сфере гостеприимства в ближайшее время:

### **1. Коммуникативные и языковые навыки**

Обеспечивают реализацию первого условия для клиентоцентрированного подхода — подлинность, искренность в отношениях с гостем. Роль эффективных коммуникаций в гостиничном бизнесе трудно переоценить. Они создают доверие клиента и способствуют повышению его вовлеченности.

Языковые навыки — это разновидность коммуникативных навыков. У многонациональной команды (каковой иногда является коллектив работников гостиничной индустрии) есть свои особенности, которые пересекаются с особенностями работы с гостями разных национальностей и культурных традиций. Именно языковые навыки помогают профессионалам в сфере гостиничного бизнеса учиться и быстро адаптироваться с точки зрения установления правильного контакта с внутренними и внешними гостями.

### **2. Эмоциональный интеллект**

Это один из самых важных навыков гостеприимства в современную эпоху. Согласно различным исследованиям, развитие навыков, связанных с эмоциональным интеллектом, может помочь людям справиться со стрессом, лучше работать в команде и стать лидером. Все это приводит к положительным результатам не только в индустрии гостеприимства, но и в других отраслях сервисного бизнеса. Для того чтобы эффективно использовать свой потенциал, нужно знать, что эмоции не менее важны при принятии решений, чем рациональные доводы. Чем больше способов реагирования на эмоцию известно человеку, тем лучше

он может контролировать свои эмоции, перенастраивать себя на более позитивный и конструктивный лад [1]. В связи с этим развитие навыков, связанных с эмоциональным интеллектом, становится актуальным в гостиничном бизнесе, где персонал постоянно контактирует с гостем.

### **3. Творческий подход и когнитивная гибкость**

Творчество касается любого направления деятельности гостиничного предприятия, будь то создание новой услуги, работы в команде или разрешения проблем гостя. Творчество — это деятельность, отличающаяся неповторимостью и оригинальностью, позволяющая создавать незабываемые впечатления у гостей. Современная ситуация, отличающаяся изменчивостью и динамичностью внешней среды, требует нестандартных подходов как к ведению бизнеса, так и к способам (формам) предоставления услуг. В связи с этим современной гостиничной индустрии требуется одаренная личность, обладающая навыками креативности, личность, для которой характерна устойчивая направленность на творчество. Современным гостиницам также необходимы сотрудники с хорошо развитой когнитивной гибкостью. Этот навык позволяет работнику: быстро принимать решения; свободно переключаться с одного вида деятельности на другой; правильно себя вести в различных ситуациях (уметь подстроиться под ситуацию); быстро адаптироваться к переменам в окружающем мире; легко подстроиться под любые внезапные изменения в планах; быстро найти несколько решений одной проблемы и др. Это является незаменимым качеством в гостиничном бизнесе, где каждая встреча с гостем несет в себе непредсказуемость.

### **4. Навыки решения сложных задач и разрешения конфликтов**

Для этого необходимы стрессоустойчивость и позитивный подход. Позитивное отношение — одно из высших качеств сотрудника гостиницы, поскольку оно помогает привить различные другие лучшие качества для достижения успеха в этой отрасли.

Безусловное позитивное отношение сотрудника сервисной организации к гостю является вторым из условий создания особой психологической среды, способствующей развитию личности. Условия работы в гостиничном бизнесе зачастую требуют, чтобы члены команды работали сверхурочно. Особенно часто это происходит в период пикового сезона и максимальной загрузки. Для того, чтобы гости чувствовали себя непринужденно и комфортно в гостинице, сотрудники должны

всегда сохранять позитивный настрой. Это не только облегчает работу, но и помогает им справиться со стрессами, возникающими в работе.

Именно навыки мягкого гостеприимства помогут гостиничным предприятиям выйти из кризисной ситуации, которая сложилась в последние несколько месяцев, а также будут способствовать минимизации рисков в долгосрочной перспективе. А клиентоцентрированный подход позволяет создавать для гостей атмосферу комфорта, доброжелательности и доверия.

В современной ситуации — в период персонализированного сервиса, гостиничные предприятия стремятся обеспечить индивидуальные условия каждому клиенту. Применение клиентоцентрированного подхода позволяет создать в гостинице атмосферу, которая способствует формированию незабываемых впечатлений, развиваться и трансформироваться гостю с каждым путешествием.

#### **Библиографический список**

1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект / Дэниел Гоулман; пер. с англ. А.П. Исаевой. — М.: ACT: ACT МОСКВА; Владимир: ВКТ, 2009 — 478 с.

2. 5 Technology Innovation set to Transform Hospitality in 2020 and Beyond [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.soegjobs.com/5-technology-innovation> (дата обращения: 10.05.2020).

3. Japan's robot hotel: a dinosaur at reception, a machine for room service [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2015/jul/16/japans-robot-hotel-a-dinosaur-at-reception-a-machine-for-room-service> (дата обращения: 06.05.2020).

4. Rogers C. Client-centered/person-centered approach to therapy: Kirschenbaum H., Henderson V. (eds.) The Carl Rogers Reader. Boston: Houghton Mifflin Co, 1989, p. 135–152.

5. Robots are working as room service butlers at this hotel [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://matadornetwork.com/read/robots-replacing-humans-room-service-hotel> (дата обращения: 06.05.2020).

6. Self-cleaning hotel rooms now a reality [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hotelmanagement.net/tech/self-cleaning-hotels-rooms-are-now-available> (дата обращения: 06.05.2020).

7. The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/> (дата обращения: 06.05.2020).

**И.Г. Овчинникова**

АО «Отель Прикамье», директор, г. Пермь

**УДК 338.488.2**

# ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**В** статье рассмотрены основные последствия кризиса после вспышки COVID-19 и основные проблемы, с которыми столкнулась индустрия гостеприимства. Проанализирован мировой и российский гостиничный бизнес, представлены первые экономические показатели деятельности предприятий и прогнозы выхода из сложившейся ситуации. На примере гостиницы «Прикамье» (г. Пермь) предложены направления деятельности и антикризисные мероприятия. Подчеркнута важность того, насколько необходимо быстро принимать тактические решения, поскольку ситуация неопределенности и ежедневные изменения во внешней среде влияют на предприятие. Тем не менее, в условиях кризиса возможно провести оптимизацию деятельности предприятия для того, чтобы подготовиться к существованию в новой реальности.

**Ключевые слова:** антикризисный менеджмент, COVID-19, кризис в мировой гостиничной индустрии, изменение потребительского поведения.

**I.G. Ovchinnikova**

Director of PJSC «Hotel Prikamie»

## IMPACT OF THE GLOBAL CRISIS ON THE ACTIVITIES OF HOTEL COMPANIES

The article discusses the main consequences of the crisis after the COVID -19 outbreak and the main problems faced by the hospitality industry. The article analyzes the state of the global and Russian hotel business, presents the first economic indicators of enterprises and forecasts of the way out of the current situation. On the example of the hotel «Prikamye» (Perm), the directions of activity and anti-crisis measures are proposed. The importance of how quickly tactical decisions should be made is emphasized, since the situation of uncertainty and daily changes in the external environment affect the enterprise. However, in a crisis, it is possible to optimize the company's activities in order to prepare for existence in a new reality.

**Keywords:** crisis management, COVID-19, crisis in the global hotel industry, change in consumer behavior.

Современная ситуация бросает вызов нашей устойчивости и адаптивности, ставит проблемы, с которыми ни одна организация в мире еще не сталкивалась, выводит из зоны комфорта, а привычные тактические и стратегические решения уже не являются классическими инструментами, которые работали в обычное время до случившейся пандемии COVID-19.

Весь мировой гостиничный бизнес, в том числе и в России, столкнулся с множеством проблем. Туристический бизнес поставлен

на «неопределенную паузу». Основные клиенты этого рынка вынуждены были приостановить свою деятельность: отменяются форумы, переносятся массовые и спортивные мероприятия, закрыты границы между странами, а также вводятся ограничения по внутреннему перемещению людей. Частный бизнес сейчас вынужден решать проблемы с арендой и заработной платой сотрудников, безусловно, это скажется и на дальнейшем существовании малого и среднего предпринимательства. Уже имеются экономические показатели от мировой индустрии гостеприимства в условиях распространения COVID-19 (объявленной ВОЗ в феврале 2020 г. пандемией).

© Овчинникова И.Г., 2020  
**Овчинникова Ирина Геннадьевна,**  
директор АО «Отель Прикамье»;  
*ovig@list.ru*

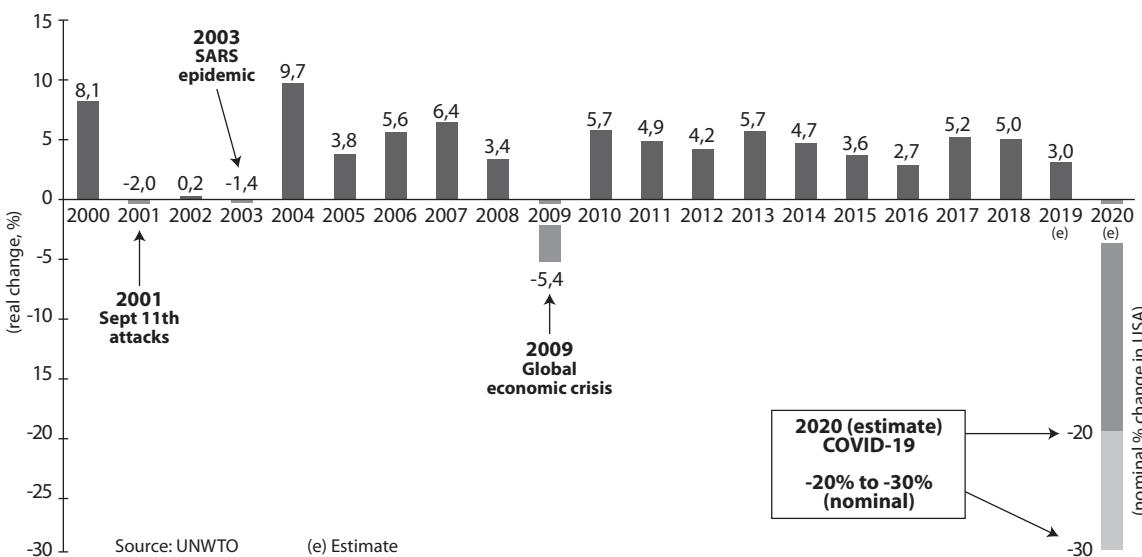


Рис. 1. Прогноз туризма по странам в 2020 году

В США, по словам президента туристической Ассоциации Роджера Доу, они ожидают, что 10–15 % отелей обанкротятся (всего около 7 000 отелей). В остальном мире прогнозы также весьма мрачные, например, 23 % для Швейцарии и почти 65 % для Греции. Генеральный директор Marriott Арне Соренсон заявил, что вспышка COVID-19 хуже, чем финансовый кризис 9/11 и 2008 года вместе взятые (после 11 сентября гостиничному бизнесу понадобилось три года на восстановление). На рис. 1 показан прогноз туризма по разным странам в 2020 году [9]. Это означает, что из кризиса мировая индустрия гостеприимства будет выходить 4–5 лет. [3]

В России гостиничный рынок выглядит следующим образом. По данным CUSHMAN & WAKEFIELD (далее C&W), начиная со второй декады марта, сегмент гостиничного бизнеса и туризма находится в состоянии острого кризиса. Текущая загрузка в апреле 2020 года составила 3–10 % в столичных и региональных городах. Загрузка в курортных городах в период полного закрытия (28.03.–01.06.2020) — составила 0 %.

Далее, согласно этому же порталу, представим анализ гостиничного рынка столичных городов и регионов. [9]

**Столичные города.** Остающаяся клиентура — гости с длительными сроками проживания и ограниченный объем гостей с короткими поездками, которые нельзя отложить. Значительное сокращения гостиничных тарифов на размещение не происходит ввиду низкой ценовой эластичности спроса. Основная клиентура — россияне. Массового закрытия полноформатных гостиниц пока не происходит, однако небольшие частные предприятия приостанавливают работу. Полноформатные

гостиницы сокращают количество номеров в обороте (закрывают этажи).

Также гостиницы предлагают номера для самоизоляции местных жителей. Например, в Санкт-Петербурге Комитет по развитию туризма официально обратился к гостиничным предприятиям о готовности гостиниц к приему и размещению врачей и другого медицинского персонала. Однако отрицательный эффект от данных мер может перевесить положительный, т.к. отсутствие возможностей организации в гостинице полной изоляции зараженных лиц возможно распространение вируса на все помещения отеля (как на круизном лайнере Diamond Princess) с соответствующим негативным влиянием на имидж гостиницы в последствии.

**Региональные города.** Точечная времененная приостановка работы отдельных гостиничных объектов (в зависимости от решения владельцев и/или распоряжения местных органов власти).

Например, в Пермском крае согласно Указа губернатора Пермского края от 29 марта 2020 г. №23 «О мероприятиях, реализуемых в связи с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в Пермском крае» [1] разрешено бронирование и размещение гостей, приезжающих в город с деловыми целями и имеющих при себе документ, подтверждающий данную поездку (например, командировочное удостоверение). Также согласно этому Указу и требованиям Роспотребнадзора по г. Перми и Пермскому краю гостиница обязана проводить санитарно-противоэпидемические мероприятия:

1. Проводить измерение температуры перед началом работы;

2. Организовать на входе в отель условия для обработки рук кожными антисептиками;

3. Обеспечить соблюдение в организации воздушно-теплового режима, режима проветривания и обеззараживания воздуха, проведение текущей уборки помещений с использованием дезинфицирующих средств, а также контактных поверхностей (мебели, оборудования, инвентаря и т.д.);

4. Обеспечить самоизоляцию Гостей за счет предоставления услуг питания в номера отеля и т.д.

C&W считают, что ожидаемое восстановление объемов продаж не будет означать восстановление доходности, поскольку на первом этапе восстановления рынка спрос будет стимулироваться ценой.

После завершения срока действия текущего моратория для предприятий на увольнения и сокращения штатов, такие же будут иметь место, особенно на рынках, сильнее всего ощущавших спады объемов бизнеса. Также логично ожидать начала «ценовых войн» между остающимися игроками за сократившийся объем бизнеса. В случае затягивания текущей ситуации с минимальным объемом получаемой гостиницами выручки более 2 месяцев (до конца мая), на фоне сохраняющихся обязательств для владельцев по сохранению выплаты зарплат персоналу в полном объеме, возможны первые банкротства и последующие переделы рынка.

**Москва** — некоторые восстановления объемов продаж за счет внутреннего спроса (отдыхающие) можно ожидать уже летом. Более ощутимое восстановление (в первую очередь за счет проведения отложенных деловых мероприятий и командировок) произойдет к началу осени — если мировая экономика не перейдет в длительную депрессию. Быстрого восстановления объемов зарубежных турпоездок (возможно за исключением стран СНГ) не ожидается, поэтому основная надежда — на внутренний спрос, который в московских отелях современного качества в последние годы обеспечивал более 60% ночевок. Восстановление загрузки до привычных уровней (выше 60%) следует ожидать не ранее начала или середины 2021 года.

**Санкт-Петербург** — ввиду значительной доли туристского спроса, «высокий сезон» в городе (май-август), обеспечивающий около 60% выручки года, может оказаться под угрозой. В таком случае восстановление объемов бизнеса (в основном за счет внутреннего спроса) можно ожидать не ранее II кв. 2021 г.

**Курортные регионы** — в случае завершения режима самоизоляции, спрос на курортное размещение может восстановится

очень быстро (в настоящее время в гостиницах Сочи объемы заявок на бронирование на 1 июня кратно превышают данные запросы за аналогичный период в 2019 г.) — в том числе за счет запросов со стороны отдыхающих, традиционно выезжающих на летний отдых за границу.

**Региональные города** — ввиду преобладающей (95% и более) доли внутреннего спроса на размещение и проведение мероприятий в регионах, в случаях постепенного выхода экономики из текущего режима «заморозки», гостиничный бизнес может начать восстанавливаться с началом делового сезона (сентябрь 2020 г.). Возврат к полным объемам продаж вряд ли произойдет ранее 2021 года [9].

Мировые страны раньше, чем РФ столкнулись с COVID-19 и раньше начали принимать решения по предотвращению его массового распространения. Нельзя сказать, что к маю 2020 года они полностью его побороли, но выработали меры по дальнейшей работе своих организаций, для того чтобы быстрее вернуться к производственному процессу. По сути, для гостиничного бизнеса России анализ опыта зарубежных компаний (бенчмаркинг) должен помочь при выборе эффективных решений по организации работы, причем необязательно рассматривать практические решения только из отельного сектора. Приведем примеры, тех компаний, которые уже сориентировались в данной ситуации.

**Компания Cushman & Wakefield** внедряет новую концепцию офисного пространства на «правиле двух метров» для предотвращения риска передачи инфекций на рабочих местах. По мнению руководителей компании: «Безусловно, мир после пандемии не будет прежним <...> надо заранее подготовиться к безопасному возвращению коллег. Не исключено, что в будущем сотрудники компании и даже целые отделы будут работать посменно или приходить на работу соблюдая график, ограничивающий пересечение сотрудников в офисе».

**«Правило двух метров»** включает в себя 6 ключевых принципов:

1. Ответственное отношение к гигиене, использование дезинфицирующих средств;

2. Создание непересекающихся потоков: перемещение по офису в одном направлении вдоль указателей (знаков, напольных стрелок);

3. Расположение рабочих станций на расстоянии двух метров, нанесение специально разметки для обозначения персональных границ каждого сотрудника;

4. Передвижение по офису строго по часовой стрелке;

5. Пользование переговорными комнатами по специальной инструкции, минимизирующей контакты с другими людьми;

6. Использование ноутбуков, которые сотрудникам необходимо забирать домой, использование персональных одноразовых бумажных покрытий для поверхностей рабочих станций.

В материковом **Китае**, где влияние вспышки заболевания начало ощущаться в конце января, выручка в расчете на номер начала увеличиваться в марте. При этом в первую неделю апреля количество бронирований подскочило на 20% на фоне ослабления карантинных мер и ограничений на поездки. Количество временно неработающих отелей Marriott в стране сократилось до 20 штук по сравнению с 90 в середине февраля.

**Отели Accor** временно закрыты по всему миру, но принимаются меры по минимизации последствий [7]:

- запретили личностные и деловые поездки, отсрочка по найму новых сотрудников, сокращение смен и/или предоставление дополнительного субсидируемого отпуска для 75 % сотрудников головных офисов по всему миру во втором квартале;
- пересмотр планов регулярных инвестиций на 2020 год;
- дополнительно оптимизируют все прочие расходы (например, продажи, маркетинг, ИТ) в соответствии с более низкими общесистемными доходами;
- продолжает реализацию своих инициатив солидарности по поддержанию передовых медицинских работников и некоммерческих организаций.

**Греция** планирует открыть туристический сезон в июле 2020 года, но обязательным условием для въезда иностранных туристов может стать «паспорт» здоровья: тест COVID-19, которые путешественники будут делать еще в стране своего пребывания, перед вылетом в Грецию; также будет организовано экспресс-тестирование иностранцев и по прибытию в Грецию. В свою очередь, чтобы укрепить доверие туристов к отдыху в Греции, отели будут обязаны реализовывать внутренние протоколы по обеспечению безопасности здоровья [6].

**Испания — Мадридская ассоциация отельеров** работает над сертификацией «COVID-19 Free Hotel», гарантируя как Гостям, так и персоналу, что отель «свободен» от этой болезни. Критерии, которые должны быть выполнены для этой сертификации, должны гарантировать безопасность Гостей отеля с момента, когда они входят в отель и заканчивая тем, как они покинут отель. Среди

них — конкретные гигиенические протоколы, которые необходимо соблюдать не только при уборке комнат, но и для общественных помещений, столовых, кухонь, лобби и т.д. Туристам также надо будет предоставить доказательство того, что они также являются «безопасными» в смысле заражения COVID-19 [8].

**В Турции** рассматривается введение системы сертификации отелей и других предприятий туризма. Координировать работу комиссии будет Министерство культуры и туризма, Министерство здравоохранения, Министерство транспорта. Будут оцениваться частота и масштаб санитарной обработки, надежность используемых материалов, планировка помещений с учетом «социальной дистанции», наличие медицинского оборудования и медицинских работников на объектах, системы терморегуляции, уровень подготовки персонала, информационные материалы для Гостей [5].

**ACCOR** в партнерстве с экспертами по сертификации Burea Veritas выпустили ярлык, подтверждающий соответствие санитарным стандартам в гостиничном и ресторанном секторах.

В Израиле первые послабления начались 17 апреля 2020 г. и в первую очередь они направлены на восстановление внутреннего туризма. Разрешили размещаться Гостям в мини-отелях, кибуцах и объектах Airbnb — при условии наличия отдельных туалетов и кухонь для каждой семьи. На втором этапе будет позволено останавливаться в отелях, но исключительно с доставкой еды по номерам и без всякого использования общественных пространств. А уже затем должны открыться кафе и рестораны в отелях, с соблюдением социальной дистанции. Но сделать это смогут только те объекты, которые будут соответствовать всем критериям санитарной безопасности [7].

**Американская ассоциация отелей и гостиниц** опубликовала свои рекомендации по безопасному пребыванию Гостей. Ямайская сеть Sandals Resorts определила 18 «ключевых точек соприкосновения» — мест, которые нужно будет дезинфицировать чаще всего: залы ожидания в аэропорту и трансферы до отеля. Увеличится количество рейсов, чтобы уменьшить количество пассажиров в каждом транспортном средстве.

Многие пятизвездочные отели отказываются от предоставления дополнительных услуг: камердинеров, коридорных в отелях, не будут провожать Гостей в номера. Одновременно зайти в лифт смогут Гости, которые проживают только вместе в одном номере.

У всех Гостей в отеле на входе будут измерять температуру, также будут просить носить Гостей маску, пользоваться санитайзером и соблюдать дистанцию.

У входных дверей не будет ручек, по причине, что Гости к ним часто прикасаются. Отели откажутся от приветственных напитков, вместо этого Гостям будут раздавать индивидуальные средства защиты.

Отели по всему миру ограничили количество Гостей, которых смогут принять одновременно (ориентируются на показатель загрузки в 30 %).

Hilton начали запечатывать номера, чтобы доказать Гостям, что после уборки в комнату никто не входил. Изменяться и сами номера — из них исчезнут предметы, которые трудно дезинфицировать, например, декоративные подушки, блокноты, броши, ручки и минибары. Халаты будут предоставляться по запросу.

Многие отели во всем мире, которые уже начинают свою работу, отказываются от предоставления услуг питания в формате «шведский стол». В ресторанах между столами будут установлены перегородки [10].

Перейдем к рассмотрению деятельности конкретного отеля, для того чтобы увидеть, как «коронакризис» отразился на финансовых показателях, загрузке, на построение бизнесов — процессов. Рассмотрим показатели работы отеля «Прикамье» (г. Пермь) на графиках (рис. 3, рис. 4., рис. 5). Из статистических показателей деятельности отеля видно, что кризис негативно отразился на финансовом состоянии предприятия. Ключевые гостиничные показатели, которые позволяют судить о наступившем кризисе и необходимости принимать быстрые решения, представлены на графиках. По всем показателям отмечено серьезное снижение: ADR (Average daily room rate — средняя стоимость номера, руб.) и загрузка отеля (%).

Многие предприятия по причине изменений на рынке: влияния законодательных факторов (самоизоляция граждан, объявление Президентом о нерабочих днях с 28 марта по 11 мая 2020 г.), снижения спроса, вынужденного сокращения затрат перестроили свою работу. Все гостиничные предприятия столкнулись с проблемами загрузки и проходят сейчас новый путь ведения своей деятельности. Несмотря на все сложности, необходимо в короткий период определить определенный набор антикризисных инструментов, позволяющих пережить этот кризис и подготовиться к выходу из него. Становится очевидным, что гостиничное предприятие не может полностью приостановить свою работу, иначе за

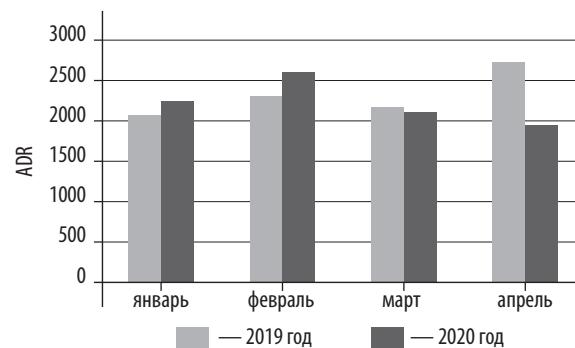


Рис. 3. Показатели средней стоимости номера (ADR, руб.)

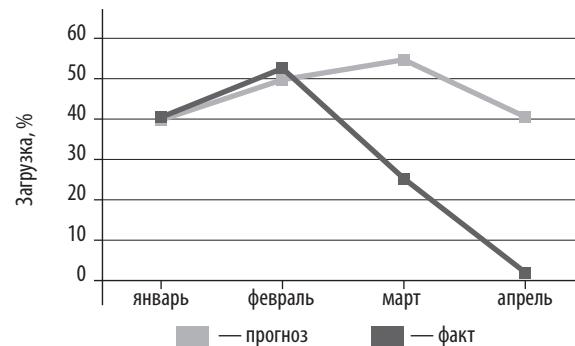


Рис. 4. Загрузка в отеле в 2020 г. (%)

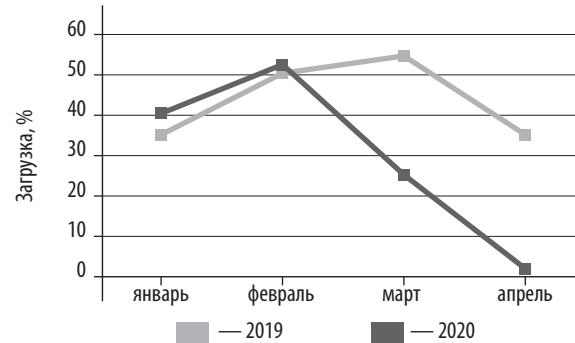


Рис. 5. Загрузка в отеле в 2019-2020 г. (%)

такой длительный период простоя, потребитель попадет в информационный поток конкурентов. Поэтому в отеле «Прикамье» помимо принятых мер, обозначенных региональными нормативно-правовыми документами, провели изменения в организации работы во внешней и внутренней среде.

Среди новых требований к организации работы в отеле следует отнести:

1. Все сотрудники обеспечены индивидуальными средствами защиты (перчатки, маски);
2. В холле отеля выделены зоны для нахождения Гостей с соблюдением дистанции;
3. В холле отеля для Гостей размещены санитайзеры, а также на каждом рабочем месте для сотрудников и в местах общего пользования (раздевалки, столовые);
4. Ежедневная уборка жилых номеров с использованием дезинфицирующих средств;

Таблица 2

**Маркетинговые мероприятия в отеле «Прикамье»  
в условиях распространения COVID19, в период апрель 2020 г. и по настоящее время**

Направление	Задачи	Результат
Персонал	<p>Изменения формата работы — дистанционный режим: Сохранить основные принципы работы Обеспечить технические условия для работы (организация удаленного доступа к основному рабочему месту / компьютеру) Ежедневное проведение совещаний Установить форму отчетности</p>	<p>Удаленный формат работы показал, что ослабленная форма контроля при правильной мотивации персонала приводит к более высоким показателям деятельности по поиску и внедрению новых решений. Повышается креативность сотрудников</p>
Изменение подхода к определению целевой аудитории	Пересмотреть стратегию определения целевой аудитории. Поскольку в основу позиционирования нужно будет вложить новые потребительские ценности.	V основу определения целевой аудитории положена Теория поколений
Решения по продукту	<p>Возможны несколько вариантов работы в продуктовой политике: Продолжение ремонта номерного фонда</p> <p>Внедрение новых технологий в работе</p>	<p>- при наличие ранее закупленных материалов, либо закупка у поставщиков по сниженным ценам (это при наличии финансовых ресурсов)</p> <p>Автоматические процессы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Онлайн продажи;</li> <li>■ Автоматические депозиты и платежи;</li> <li>■ Автоматический прием гостей / Check-In (самостоятельная регистрация, киоск Self – Check-In, предварительная регистрация Гостей)</li> <li>■ Автоматическое заселение и выселение</li> </ul> <p>Например, установка CHECK-IN VEND-терминал самостоятельной регистрации (которые позволяют заселиться в отель и выселиться из него без контакта с персоналом (оплата в режиме онлайн и получение карты-ключа при приезде в отель))</p> <p>Планируемый результат:</p> <p>Сократить бюджет на персонал (поскольку процедуру заселения и выписки из отеля Гость будет производить самостоятельно)</p> <p>Увеличить скорость операций (например, заселение происходит в теч. 1 мин.);</p> <p>Улучшить удовлетворение Гостей;</p> <p>Автоматизация бизнес-процессов</p> <p>Повышение имиджа отеля</p> <p>Подготовка к новой реальности после кризиса — социальная дистанция между людьми.</p> <p>Также установка новых систем, помогающих планированию, организации и контролю работы (в т.м.ч. дистанционной), а также CRM-система. Например, такие возможности сейчас дает Битрикс 24, который уже интегрирован с АСУ «Фиделио».</p>
Решения по цене	<p>По анализу экспертов гостиничного бизнеса и различных аналитиков (например, C&amp;W) будет происходить снижение цены.</p> <p>Прогнозируемая ответная реакция конкурентов: повторить или проигнорировать.</p>	<p>При снижении цены Гость не должен воспринять новую стоимость, как вынужденную распродажу.</p> <p>В связи с этим необходимо сделать привлекательные ценовые предложения в зависимости от потребностей целевой аудитории.</p> <p>Варианты решений: предлагать ранее платные пакеты в качестве комплиента Гостю — бесплатно (например, пакеты ранний заезд, поздний выезд)</p> <p>Установить разнообразные тарифные планы (длительное проживание равносильное стоимости аренды квартиры, но при условии единовременной оплаты; раннее бронирование, но с большей скидкой и без различных штрафных санкций; тарифы без питания) и т.д.</p>

Направление	Задачи	Результат
Каналы продаж	Расширять количество площадок, онлайн систем.	Чем больше упоминаний в Интернете об отеле, тем больше вероятность, что Гость заметит и забронирует номер в данном отеле. Если в последние два года отель отказывался от большого количества посредников (сокращение расходов на комиссионное вознаграждение) и оставлял только те OTA, от которых было много броней (примерно 50% от общего количества броней, остальные 50% — это прямое бронирование), то теперь на ряду с прямыми каналами продаж приходится расширять посреднические каналы. Например: Интурист, Trivago и т.д.
Продвижение, позиционирование, и индивидуальный подход к Гостю	Продолжать работу по реализации индивидуального подхода. Увеличить работу в этом направлении, поскольку за последнее время в период высокой загрузки индивидуальный подход, иногда, было сложно реализовывать на практике. Сейчас появляется больше времени для того, чтобы показать Гостю свою заботу о нем, вызвать положительные эмоции, которые так важны в сложное время. Бесконфликтное предоставление услуги, так как клиенты сейчас и так раздражены из-за сложившейся ситуации	Выделение бюджета на Digital продвижение, поскольку Оффлайн будет просыпаться дольше, а также OTA тоже не являются сейчас основными помощниками, так как сами находятся в состоянии кризиса, как следствие прогнозируется их закрытие. Основные направления работы: Соц. сети Реклама в Интернете (Yandex, Google) Проверка качества ведения бронирования (все пожелания Гостя должны быть учтены до его заезда; дополнительные бесплатные комплименты, например, за постоянный выбор отеля; поздравление с днем рождения и т.д.) Внедрение CRM Проверка контента Работа с профайлом Гостя (аналитика по Гостям, возвратность Гостей и т.д.)

5. Каждые три часа происходит уборка общественных помещений и обработка всех поверхностей, мебели, дверных ручек, лифтов и т.д.;

6. Перед началом работы у всех сотрудников ведется замер температуры (данные заносятся в журнал контроля температуры);

7. У каждого гостя при входе в отель также измеряется температура.

Данные мероприятия носят постоянный характер, а также по прогнозам и, принимая во внимание опыт зарубежных отелей, такие санитарно-гигиенические меры по предупреждению распространения вируса в ближайший время не завершатся.

Первый блок мероприятий в отеле «Прикамье» — маркетинговые решения (Таблица 2).

Все эти маркетинговые решения должны реализовываться только после определения целевой аудитории. Многие эксперты в области экономики и психологии считают, что мир будет иным, мы находимся сейчас внутри глобального процесса перемен в экономике, в бизнесе, в социуме. Конечно, эти изменения и коснутся работы с целевой аудиторией, мы будем работать с новыми запросами людей, причем невозможно сейчас представить сегментацию наших гостей по тем же основным критериям классического маркетинга (демографический, географический, психографический и т.д.). Их поведение не будет сейчас объясняться и прогнозироваться только по этим признакам. В связи с этим, можно

предположить, что при определение целевой аудитории нужно будет рассматривать теорию поколений (в первые рассматривать такую теорию стали в 1991 году американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус. Согласно ей, каждые 20–25 лет рождается новое поколение людей, имеющих черты характера, привычки и особенности, которые выделяют их на фоне остальных и затем повторяются у будущих поколений), именно разница в поколениях будет влиять на адаптацию людей после кризиса и определять их модель покупательского поведения.

Среди критериев, по которым рассматриваются эти поколения — это их ценности, адаптация, покупательское поведение, социализация, умение ставить цели и двигаться к ним, решать проблемы и т.д.

Приведем пример проекта RuGenerations, исследования проводились в 2019-2020 гг. (Таблица 3).

Таким образом, подобные исследования являются сегодня подсказкой для руководителей при определении тактических решений в сложившихся условиях. Кто сегодня хорошо разберется в целевой аудитории, тот выиграет завтра.

**Второй блок мероприятий** в отеле «Прикамье» — сокращение затрат. Данная задача является более долгосрочной в реализации, поскольку требует пересмотреть планы продаж, скорректировать БДДС (Бюджет движения денежных средств), сократить операционные затраты и определить эффективность.

Таблица 3

*Поколение в России и в мире*

Название	Россия	Другие названия	Возраст в 2020 г.	Возраст в 2030 г.
Победители	1903 – 1923	Heroes, Строители		
Молчаливое	1942 – 1943	Silent	77–96	87–106
Бэби-бумеры	1944 – 1963	Бумеры	57–76	67–86
Поколение X	1964 – 1984	13-е поколение, Летящие, Busters, Baby Busters, Поколение MTV	36–56	46–66
Поколение Миллениум (Y)	1985 – 2002	Поколение Сети, Поколение NEXT, Millenium, Millenials, Echo Boomer	17–35	27–45
Поколение Хоумлендер (Z)	2003 – 2023 ??	Homelanders, Поколение национальной безопасности	0–16	7–26

На данный момент поставлены две задачи:

1. Автоматизация процессов — позволит заменить работу персонала и сократить издержки на зарплату. Тем более это актуально и вследствие влияния внешней среды. Ожидается, что одним из последствий данного кризиса будет социальная дистанция. Из-за страха быть зараженным, люди будут стремиться, как можно меньше контактировать друг с другом. При приобретении товаров или услуг конкурентным преимуществом будет возможность для потребителя совершение приобретение без контакта с персоналом. Оборудование CHECK. INVEND-терминал самостоятельной регистрации — позволяет Гостю процедуру заселения и выписки из отеля произвести самостоятельно.

С точки зрения финансовой экономии, разработчиками представлены следующие данные.

Автоматизация процессов с помощью терминала CHECK. INVEND	
Сокращение затрат на сотрудников для обслуживания Гостей при работе по сменам в 2/2,1/3 должно работать три сотрудника. Из расчета зарплаты — 25 тыс. руб. (добавляем к ним взносы в фонды, отпускные, больничные и праздники). Общая выплата в среднем одному сотруднику — 44 800 руб. Умножаем на 3 чел. и на 12 мес. Получаем 1 612 800 в год. Не учтены надбавки заочные смены и отпускные	Один терминал заменит 1–2 администратора. Самая оптимальная версия терминала — 550 тыс. руб. единовременно. Поддержка и обслуживание — до 10 тыс. руб./мес.

При полном внедрении и сокращении персонала остается только произвести расчеты.

2. Сокращение персонала (например, перевод службы номерного фонда на аутсорсинг).

Результаты данных мероприятий будут представлены в другой научной статье, после их реализации.

**Третий блок мероприятий** — это внедрение новых технологий в области экологической безопасности. Это основано не только на опыте мировых гостиничных брендов, но и на глобальных тенденциях в целом (последний Международный экономический форум в Давосе был главным образом посвящен именно этому вопросу), а также возвращаясь к теории поколений, именно, поколение Милениумов остро озабочено этими проблемами (выступление Греты Тунберг на том же экономическом форуме). Многие эксперты считают, что помимо социальной дистанцированности, люди будут больше погружены в проблемы экологии и будут сознательно подходить к выбору отелей, с точки зрения соблюдения гостиницей экологической безопасности.

К таким мерам по экологической безопасности в отеле можно отнести:

1. Установка отдельных емкостей для мусора (пластик, бумага и др. мусор);
2. Размещение хенгеров (специальных знаков), призывающих Гостей экономить электроэнергию и воду в номерах;
3. Возможный отказ от уборки в номерах при проживании в отеле и т.д.

Помимо всего этого, многие направления работы по экологической безопасности являются еще и экономически целесообразными.

Таким образом, сегодня для предприятия важным является своевременность принятия тактических решений, поскольку внешняя среда в условиях распространения COVID-19 сильно изменчива и неустойчива, поэтому не позволяет разрабатывать комплекс стратегических мероприятий. К таким направлениям следует отнести:

1. Постоянный мониторинг ситуации и всех изменений;

2. Усилить маркетинговую деятельность, в том числе анализ регионального рынка; анализ спроса, его восстановление и тенденции на будущие периоды;
3. Подготовить отель для возобновления его деятельности в обычном режиме;
4. Бенчмаркинг зарубежных самостоятельных отелей, поскольку они раньше столкнулись с этой проблемой и соответственно в скором времени возобновят свою работу;
5. Сокращать затраты;
6. Автоматизация процессов;
7. Ориентировать деятельность предприятия на актуальные проблемы человечества и своевременность внедрения новых технологий в процессы работы;
8. Обучать персонал технике безопасности, санитарии и гигиены. Ежедневная проверка номерного фонда и общественных помещений;
9. Обеспечить весь персонал индивидуальными средствами защиты.

Гостиничный бизнес и мир в целом должны быть готовы к новой реальности, о которой мы можем делать прогнозы и предположения, но, в любом случае, в ситуации сильной неизвестности - быть готовыми быстро принимать антикризисные решения.

#### Библиографический список

1. Указ Губернатора Пермского края от 29 марта 2020г. № 23 «О мероприятиях, реализуемых в связи с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в Пермском крае.
2. Rugenerations — российская школа Теории поколений // Rugenerations [электронный ресурс]. URL: <https://rugenerations.su/%d0%b1%d1%8b%d1%81%d1%82%d1%80%d0%be/> (дата обращения: 20.05.2020).
3. Insight: жесткие законы гостиничного рынка после COVID-19 // Hotel. Report [электронный ресурс]. URL: <https://hotel.report/management/insights-zakony-gostinichnogo-rynska-posle-covid19> (дата обращения: 24.04.2020).
4. В Израиле туристов начнут пускать в мини-отели // Hotel. Report [Электронный ресурс]. URL: <https://hotel.report/novosti/v-izraile-turistov-nachnut-puskat-v-mini-oteli-s-otdelnymi-tualetami> (дата обращения: 24.04.2020).
5. В Турции разрабатывают сертификаты для отелей, свободных от коронавируса // Hotel. Report [Электронный ресурс]. URL: <https://hotel.report/novosti/vturci-razrabatyvayut-sertifikaty-dlya-otelej-svobodnyh-ot-koronavirusa> (дата обращения: 24.04. 2020).
6. Греция обещает открыть отели в июне и ввести «паспорта здоровья» для туристов // Hotel. Report [Электронный ресурс]. URL: <https://hotel.report/novosti/greciya-obeshchaet-otkryt-oteli-v-iyune-i-vvesti-pasporta-zdorovya-dlya-turistov> (дата обращения: 24.04. 2020).
7. Группа Accor запускает проект антивирусной сертификации // Hotel. Report [электронный ресурс]. URL: <https://hotel.report/novosti/gruppa-accor-zapiskaet-proekt-antivirusnoj-sertifikacii> (дата обращения: 24.04. 2020).
8. Чистым от коронавируса отелям Испании будут выдавать сертификаты «COVID - 19 Free Hotel» // Hotel. Report [Электронный ресурс]. URL: <https://hotel.report/novosti/chistym-ot-koronavirusa-otelyam-ispanii-budut-vydat-sertifikaty-covid-19-free-hotel> (дата обращения: 24.04. 2020).
9. Обзор рынка // Cushman & Wakefield [электронный ресурс]. URL: <http://cwrussia.ru/web/cwrussia-mobile/> (дата обращения: 13.05. 2020 г.).
10. Двери без ручек и санитайзеры вместо шампанского: как отели стараются следовать рекомендациям AHLA // Hotel. Report [Электронный ресурс]. URL: [https://hotel.report/development/dveri-bez-ruchek-i-sanitajzery-v-mesto-shampanskogo-kak-oteli-starayutsya-sledovat-rekomendaciyam-ahla?utm\\_source=sendpulse&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=hotel-report-ezhenedelni-dайдз](https://hotel.report/development/dveri-bez-ruchek-i-sanitajzery-v-mesto-shampanskogo-kak-oteli-starayutsya-sledovat-rekomendaciyam-ahla?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=hotel-report-ezhenedelni-dайдz) (дата обращения: 19.05.2020).

# СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В РЕАЛИЯХ ПАНДЕМИИ-2020

**С**татья посвящена новым кризисным реалиям, связанным с пандемией, и влиянием последней на тенденции в событийном туризме. Рассмотрены отмененные мероприятия, события, сроки которых были сдвинуты и перенесённые в онлайн. Таких примеров весьма много, ведь индустрия пытается найти новые решения. Так же в статье сделана попытка найти положительные стороны в этой очень непростой для мирового туризма ситуации. Примером могут служить такие инновации как интенсивное развитие технологий удаленного присутствия, возможностей интернет-продаж и обслуживания, создание виртуальных событий, экскурсий и выставок.

**Ключевые слова:** ивент, событие, мероприятие, туризм, событийный туризм, форум, ярмарка, шоу, саммит, концерт, фестиваль.

**A.P. Vedernikov**  
Perm State University

## EVENT TOURISM IN THE REALITIES OF THE PANDEMIC 2020

The article is about new crisis realities associated with the pandemic, and the influence of the latter on trends in event tourism. Canceled events, events, which dates were shifted and transferred online, are considered. Has been made an attempt to find positive aspects in this difficult situation for world tourism. The article discusses such innovations as the intensive development of remote presence technologies, the possibility of online sales and services, the creation of virtual events, excursions and exhibitions.

**Keywords:** event, event tourism, forum, fair, show, summit, concert, festival.

Событийный туризм, как и вся ивент-сфера, вероятно, не меньше других претерпевает кризис во время пандемии. Ограничение массовых мероприятий, закрытие границ, уменьшение транспортных потоков — все эти факторы не идут на пользу этому направлению, суть которого именно в привлечении больших масс туристов за относительно короткий промежуток времени. Самоизоляция исключила организацию крупных концертов, фестивалей и спортивных соревнований (за исключением, пожалуй, такого явления как киберспорт)

Были отменены без возможности переноса такие события как:

- Петербургский международный экономический форум;

© Ведерников А.П., 2020

**Ведерников Александр Павлович,**

старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;  
*alex.ved@mail.ru*

- Женский чемпионат мира по хоккею в Канаде;
- Лондонская книжная ярмарка;
- Женевский автосалон;
- Парады в честь дня Святого Патрика;
- Игровая выставка Е3 (Лос-Анжелес);
- Концертные туры по Азии музыкальных групп GreenDay, NewOrder, Аврил Лавин и других.

Надо понимать, что общее планируемое количество посетителей на вышеупомянутые события исчисляется миллионами (к примеру, один только Женевский автосалон собирал ранее до 700 тысяч гостей)

Другие крупные события перенесены на конкретные или неопределенные даты:

- Сочинский инвестиционный форум — не определено;
- Международный экономический саммит «Россия — исламский мир: KazanSummit» — не определено;
- Музыкальный фестиваль Coachella в Калифорнии — на октябрь;

- Гастрономическая ярмарка PittiTaste — на июль;
- Фестиваль сериалов Canneseries — на октябрь;
- UltraMusicfestival в Майами — март 2021 года;
- Ганноверская промышленная ярмарка — на июль и так далее.

Но, с другой стороны, мы наблюдаем бурное развитие технологий удаленного участия и вовлечения зрителей в культуротворческие процессы средствами интернета, радио и телевидения. Онлайн концерты, музейные выставки и спектакли проводятся в режиме стрим и огромное количество просмотров свидетельствуют о популярности такого контента. Появились даже совершенно новые форматы, типа выступлений артистов в игровых серверах.

Конечно, именно в режиме самоизоляции, когда нет возможности посещать перечисленные события, пользователи ищут варианты развлечений и духовного развития в данных условиях. Мир и без этого стремительно менялся в сторону сетевых технологий, но неожиданные реалии сделали этот поворот ещё более крутым.

На уровне Пермского края интересен опыт онлайн-спектаклей театра Театр, виртуальных экскурсий по местным музеям, дистанционные концерты музыкантов и даже цирковых артистов. В День Города, который по дате совпадает с Днем России, планируется обширная онлайн-программа с участием лучших артистов, спортсменов, спикеров и шоуменов Перми.

Киноиндустрия умудряется выходить из положения и снимать кино в условиях карантина. Правда, и сюжеты тоже касаются этой актуальной темы, актёры самостоятельно записывают свою игру по определенной методике и заданному сценарию.

Известные российские музыканты устраивают концерты в прямом эфире и собирают миллионы просмотров. Группа Би-2 начала этот марафон, позже вышли к интернет-зрителям Сплин, МумийТроль, LittleBig и другие.

Популярные передачи и блоги о путешествиях тоже сменили формат. Например, в знаменитом трэвел-шоу «Орел и Решка» микрорепортажи снимают жители городов и mestечек по всему миру, присыпают в редакции, где производится монтаж программ.

В онлайн были перенесены такие мировые события как:

- Шоу GiorgioArmani;
- Конференция AdobeSummitMicrosoft;
- Конференция Nvidia's GPU Technology и другие.

К сожалению, во время карантинных мер приходится получать впечатления только через экран монитора, телевизора или смартфона. Но любые кризисы должны чему-то учить, а люди — извлекать уроки на будущее. Поэтому, безусловно, и для событийного туризма найдутся положительные стороны и перспективные тенденции развития в ключе тех уроков, которые преподала нам повсеместная самоизоляция.

Итак, развитие стрим-сервисов позволяет вести качественные трансляции событий различного масштаба. Мощный толчок в возникновении новых методов, сетевых протоколов, способов шифрования данных, увеличение пропускной способности каналов связи, а также высокий уровень конкуренции между поставщиками услуг дают возможность получать впечатления в высоком качестве и в домашних условиях. Конечно, для этого нужно и хорошее оборудование у конечного потребителя. Таким образом, события становятся доступнее, например, людям с ограниченными возможностями или для тех, кто по финансовым причинам не мог бы посетить мероприятие. И, когда карантинные меры будут сняты, технологии никуда не денутся, наряду с «живыми» офлайн концертами и фестивалями многие миллионы людей смогут наблюдать их из дома.

Развитие дистанционных коммуникаций позволит еще в большей степени пользоваться услугами турагентов или туроператоров удаленно, как в области консультаций, так и в продажах.

Доставка документов курьерской службой и возможности цифровой подписи позволяют обойтись без посещения офиса. Кроме того, клиент уже не будет ограничен выбором агентств только в своём районе или городе.

Виртуальные прогулки по местности и 3D картографические модели от GoogleEarth и других подобных сервисов позволяют ознакомиться с дестинацией максимально подробно.

Опыт продаж доступа к виртуальным событиям также очень полезен, ситуация показала перспективность последних даже после отмены ограничений.

Итак, данный кризис показал, насколько современному миру необходимы коммуникации и насколько не обязательно физическое присутствие человека на событии. Конечно, эмоции, получаемые туристом «вживую» не заменят экран монитора и смартфон, но открытые новые телекоммуникационные и информационные возможности, мы считаем, хорошо дополняют эту сферу в будущем.

**Библиографический список**

1. Власова, Т.И. Событийный туризм — эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник НАТ, 2015.
2. Веденников А.П. Событийный туризм в России и Пермском крае: состояние и проблемы развития / А.П. Веденников // Россия и ее регионы в полимасштабных интеграционно-дезинтеграционных процессах: материалы междунар. науч. конф. в рамках 8-й Ежегод. науч. ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов, Пермь, 26 сент. – 1 окт. 2017, Пермь, 2017. С. 476–482.
3. Леонидова, Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка [Электронный ресурс] / Е.Г. Леонидова // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. 2015. № 7 (18) <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307> (дата обращения: 12.04.2020).
4. Выставка Adobe summit 2020 [Электронный ресурс] <http://summit-emea.adobe.com/emea/> (дата обращения: 12.04.2020).
5. Игровая выставка E3 World Game Exhibition E3 [Электронный ресурс] <https://e3expo.com/> (дата обращения: 12.04.2020).

**И.Л. Вольхин**

Пермский государственный национальный исследовательский университет

**УДК 910.2**

# АКТУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

**В** статье рассматриваются место цифровых технологий в учебном процессе в условиях удаленного обучения. Выявлены преимущества и недостатки применения цифровых технологий в научных методах исследования при выполнении бакалаврских работ и магистерских диссертаций студентами кафедры туризма. Установлено, что внедрение цифровых технологий привело к развитию основных методов исследования в географии. Выявлены особенности использования научных методов исследования при переходе на дистанционную форму обучения.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, география, дистанционное обучение.

**I.L. Volkhin**

Perm State University

## DIGITAL TECHNOLOGIES IN DISTANT EDUCATIONAL PROCESS OF TOURISM DEPARTMENT STUDENTS

The article is devoted to the main digital technologies in geography. The article considers the place of digital technologies in the educational process in the conditions of remotelearning. The advantages and disadvantages of using digital technologies in scientific research methods when performing bachelor's and master's theses by students of tourism Department are revealed. It is established that the introduction of digital technologies has led to the development of basic research methods in geography. The features of using scientific research methods in the transition to distancelearning are revealed.

**Keywords:** digital technologies, geography, distant education.

В современном быстро меняющемся мире одной из основных компетенций преподавателя становится способность адаптировать учебный процесс к быстро изменяющейся обстановке. Если раньше в XX веке программы преподавания дисциплин менялись относительно редко, обычно в течение одного-двух десятилетий, то в XXI веке подобные изменения происходят гораздо чаще. Так в последние два десятка лет практически раз в один-два года преподавателям приходится изменить существующие учебно-методические комплексы. Единая телекоммуникационная система (ЕТИС) Пермского национального исследовательского университета позволяет провести подобные изменения в короткие сроки поряд-

ка одной недели. У большинства современных преподавателей вырабатывается, или уже выработалась, привычка работать в быстро изменяющихся условиях. Конкурентным преимуществом русского человека является способность быстро адаптироваться в большинстве экстремальных ситуаций. Поэтому эпидемия коронавируса 2019-2020 г. и последовавший за ним режим самоизоляции, потребовавшие резкого изменения формы проведения занятий с очной на дистанционную, не привели к остановке учебного процесса. Перестроивать занятия и корректировать программы пришлось с ходу в считанные дни, что было уже привычным делом. Как показала практика, большинство преподавателей быстро адаптировались к работе в новых условиях. Даже консервативно настроенные преподаватели, всерьез полагавшие, что работать нужно в университете, а дома следует отдыхать, не допускавшие появления интернета в доме смогли

---

© Вольхин И.Л., 2020

**Вольхин Игорь Львович,**

к.физ.-мат. н., доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

*volkhin@psu.ru*

Таблица 1

***Изменение в учебном процессе с внедрением цифровых технологий  
и в условиях дистанционного обучения***

Метод исследования	Изменение с внедрением цифровых технологий	Изменение учебного процесса в условиях дистанционного обучения
Картографический	+	+
Исторический	+	0
Статистический	+	+
Экономико-математический	+	0
Географического районирования	+	+
Сравнительно географический	+	+
Экспедиционный	+	-
Дистанционных наблюдений	+	+
Географического моделирования	+	+
Географического прогноза	+	+

Примечание. Плюсами обозначены положительные изменения,  
минусами — отрицательные, нулями — нейтральные.

быстро перестроиться. Они в течение недели провели интернет, а администрация университета оперативно доставила компьютерную технику на дом и провела дистанционное обучение преподавателей. Естественно осмысление последствий таких кардинальных изменений предполагает их системный анализ и требует определенного времени. Однако первые впечатления обычно бывают самыми яркими, поэтому представленные в настоящей работе несколько зарисовок могут представлять определенный интерес с точки зрения организации учебного процесса на кафедре туризма.

Рассмотрим вопрос с точки зрения соотношения формы и содержания. География как объект исследования и туризм как предмет преподавания, с одной стороны остались теми же, а с другой стороны кардинально изменились. Хотелось бы пояснить это, парадоксальное на первый взгляд, утверждение. Базовые вещи — рельеф Земного шара и туризм, как явление остались прежними. Объект остался тем же, однако изменился субъект — отношения учитель и ученик. Точнее форма и содержание учебного процесса и новые отношения в треугольнике университет-учитель и ученик.

Преподаватель оказался физически отделен от университета и ученика, с другой стороны, за счет применения информационно-цифровых технологий между ними возникли новые связи. На мой взгляд, они окрепли: связь учитель — ученик стала практически повседневной, а связь учитель — университет более разносторонней. Существенно повысилась роль старосты учебной группы — помощника преподавателя в организации учебного процесса и инженеров кафедры, которые, по существу, стали методистами, ответственными за связи преподавателя с университетом.

Методики преподавания — это отдельная большая дискуссионная тема, которую не представляется возможным рассмотреть в рамках небольшой статьи. Предварительно можно сказать, что преподаватели использовали именно те методики, которые были им наиболее близки и в достаточной мере обеспечены техническими средствами.

Немного подробнее хотелось бы затронуть методы научных исследований, в связи с их большой актуальностью для успешного представления студентами выпускных квалификационных работ бакалавров и магистерских диссертаций.

На основании личного опыта составлена таблица изменений в основных методах научных исследований, которые произошли с введением цифровых технологий и их влиянием на учебный процесс в условиях дистанционного обучения (Таблица 1).

Из таблицы видно, что цифровые технологии изменили в сторону улучшения практически все используемые в учебном процессе методы научных исследований. Из них семь методов в условиях дистанционного обучения изменили качество образования в лучшую сторону. Следует отметить субъективную оценку данную историческому и экономико-математическому методам в связи с тем, что автор применяет их в ограниченном виде в образовательном процессе. Наиболее эффективными цифровые технологии оказались в картографическом, статистическом методах исследований. За ними следуют методы географического районирования и дистанционных наблюдений. Замыкают список методы сравнительно географический, географического моделирования и географического прогноза. Указанные методы, вероят-

но, более востребованы при выполнении кандидатских и докторских диссертаций.

Следует отметить, что единственный метод — экспедиционных исследований оказался малоэффективным в условиях дистанционного обучения. Здесь следует сделать небольшое отступление. Цифровые технологии появились впервые не в географии. Так в радиотехнике цифровой метод обработки, передачи, хранения и воспроизведения информации, являясь, вне всякого сомнения, наиболее распространенным в настоящее время, выявил некоторые недостатки. Аналоговые технологии, существенно сузив сферу своего применения, нашли свои естественные ниши. Аналогично и в географии при широком распространении цифровых технологий, экспедиционный метод имеет свои конкурентные преимущества, и никакие цифровые технологии его полностью заменить не могут.

В бакалаврских работах и магистерских диссертациях одной из основных является глава, посвященная практической апробации результатов работы. Для ее успешного написания как минимум требуется выезд на объект исследования, как максимум организация географической экспедиции [1]. В условиях дистанционного обучения это оказывается проблематичным. И здесь на первый план выходит человеческий фактор, который невозможно заменить никакими современными цифровыми технологиями. Только преподаватель, как носитель первичной информации может восполнить этот пробел в условиях удаленного обучения.

Остановимся на этом вопросе более детально. Кафедрой туризма Пермского национального исследовательского университета с привлечением практически всех преподавателей кафедры была проделана работа по изучению различных видов туризма в Пермском крае: промышленный туризм, культурно-познавательный, детский, экстремальный, активный, межрегиональный и водный<sup>1</sup>. Автор настоящей публикации принимал участие в подготовке отчета по водному туризму. Главным итогом работы стала карта водных маршрутов Пермского края с указанием основных видов препятствий, возможных мест начала маршрута, основного и запасных выходов, а также мест наиболее удобных для организации сто-

янок. Указанные точки были нанесены с большой точностью привязки к местности в программе Google Earth.

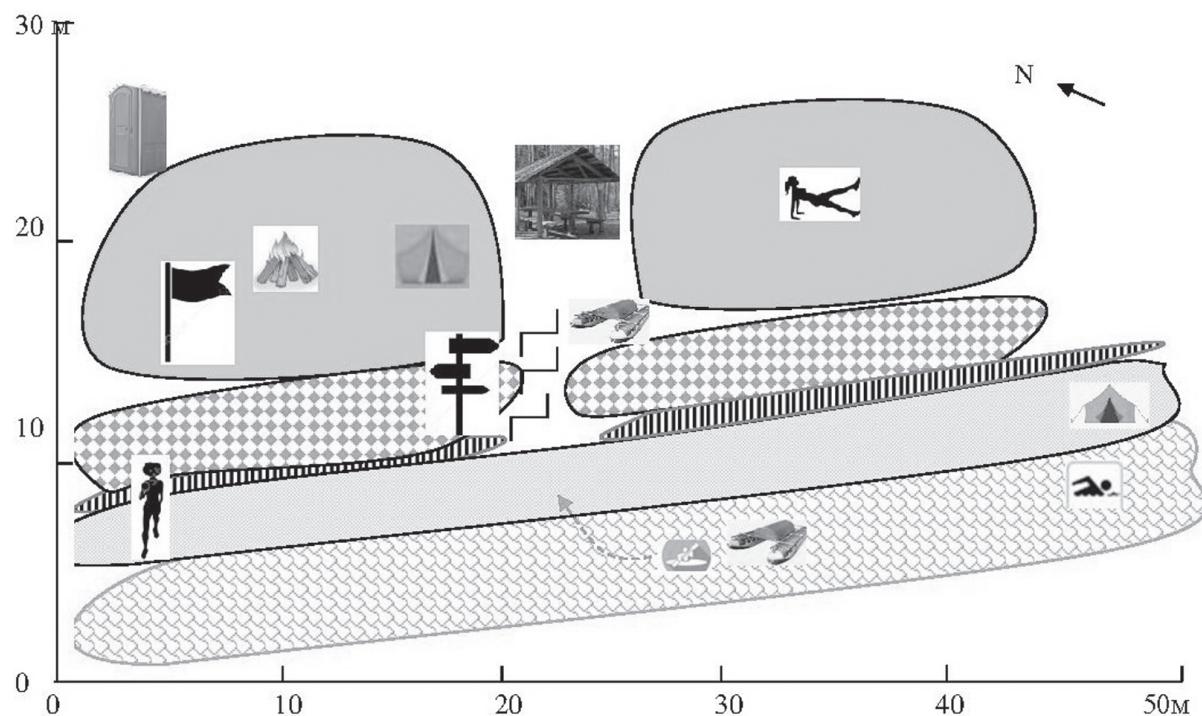
При выполнении курсовых, выпускных бакалаврских работ и магистерских диссертаций в условиях дистанционного образования эта информация существенно упрощает работу студентов и позволяет выполнять указанные работы на высоком уровне. Фактически студенты проводят виртуальные экспедиции по маршрутам, подробно разработанным преподавателями. Так, например, информация водного маршрута по реке Сылва, проанализированная с помощью сервиса Google Earth позволяет изменять масштабирование и более детально исследовать отдельные участки маршрута, определять район начала маршрута (у населенного пункта Школьная), места стоянок (на левом и правом берегу), пункты выхода с маршрута, которые возможно нанести на фрагмент карты Google Earth с помощью инструмента Trasser. Цифровые сервисы дают возможность определить размер поляны, заселенность территории, состояние ее залесенности и др.

Однако не всю информацию студенты могут правильно интерпретировать на основе анализа космической съемки. Некоторые места стоянок выбраны на основании опыта преподавателя, многократно проходившего маршрут. На снимке может быть видна лишь светло-серая полоска вдоль берега реки и курчавое зеленое пятно. В действительности это чистый песчаный пляж и раскидистый тополь, затеняющий примерно четвертую часть пляжа в солнечную погоду. На берегу имеется ровная поляна, заросшая травой. На кромке пляжа берег обрывистый высотой один два метра, имеется один пологий спуск к воде. Место очень удобное для стоянки.

С учетом рекомендаций преподавателя студента С.Ю. Китова при написании выпускной квалификационной работы бакалавра составила схему стоянки. Космическая съемка позволила выполнить схему в масштабе, указать направление на север и разместить объекты туристской инфраструктуры. Для улучшения обзора стоянки дерево и его тень указаны не были. Аналогичным образом сделан анализ космических снимков далее по маршруту сплава и с учетом рекомендаций преподавателя выбраны места стоянок и выходов с маршрута основного и запасных [3].

В заключение следует отметить, что цифровые технологии являются действенным инструментом проведения научных исследований в географии. В условиях дистанционного образования они позволяют студентам проводить исследования по тематикам выпускных

<sup>1</sup> «НИР по развитию туризма в Пермском крае», декабрь, 2019. © Государственное автономное учреждение Пермского края «Центр развития туризма», Агентство по туризму и молодежной политике Пермского края, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет» (архив кафедры туризма ПГНИУ).

**Условные обозначения:**

	— Место лагеря		— Размещение палаток
	— Кустарники		— Расположение катамаранов
	— Обрыв		— Костёр
	— Прибрежная песчаная зона		— Баня
	— Река Сылва		— Место проведения тренировок
	— Бег и ходьба по берегу реки		— Опознавательный флаг
	— Место для купания		— Беседка или тент
	— Указатель		— Биотуалет

**Рис. Схема стоянки для фитнес-сплава**

бакалаврских работ и магистерских диссертаций студентами кафедры туризма. Наиболее эффективно их применение при условии выполнении студенческих работ под руководством преподавателей, имеющих большой экспедиционный опыт.

**Библиографический список**

1. Князева Д.С., Вольхин И.Л. Семь чудес Гремячинского района как бренд территории // География и

туризм/ Научный рецензируемый журнал. 2019. Вып.1. С. 92–97.

2. Методы географических исследований и основные источники географической информации. [Электронный ресурс] <https://geographyofrussia.com/metody-geograficheskix-issledovanij-i-osnovnye-istochniki-geograficheskoy-informacii/> (дата обращения 10.05.2020).

3. Китова С.Ю. Фитнес-сплав как разновидность активного туризма. ВКР бакалавра, Пермь 2019. 89 с. (архив кафедры туризма ПГНИУ).

# РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В.В. Миненкова

Кубанский государственный университет

УДК 338.488.2:640.41(470.6)

## РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ СУБЪЕКТОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

Распределение коллективных средств размещения по территории Северного Кавказа крайне неравномерно, поскольку связано со спецификой исторических этапов развития туристско-рекреационных систем, а также туристской специализацией и современными трендами развития отрасли. Краснодарский край концентрирует на своей территории подавляющее число средств размещения на Северном Кавказе. Остальные субъекты существенно отстают от регионального лидера. Политика региональных властей по развитию туризма приводит к территориальной трансформации гостиничной индустрии Кавказа: больше внимания уделяется проблемам развития Восточного Кавказа, увеличиваются общие темпы развития гостиничного хозяйства.

**Ключевые слова:** гостиничная индустрия, средства размещения, классификация средств размещения, Северный Кавказ.

V.V. Minenkova

Kuban State University

### REGIONAL SPECIFICITY OF HOTEL INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF THE NORTH CAUCASUS

The distribution of collective accommodation facilities throughout the North Caucasus is extremely uneven, since it is caused with the specifics of the historical stages in the development of tourist and recreational systems, as well as tourist specialization and modern trends in the development of the industry. The Krasnodar region concentrates on its territory the overwhelming number of accommodation facilities in the North Caucasus. The rest of the subjects lag significantly behind the leading region. The policy of the regional authorities on the development of tourism leads to the territorial transformation of the hotel industry in the Caucasus. There are two trends: (1) more attention to the Eastern Caucasus development problems; (2) Increasing of the overall pace of the hotel industry development.

**Keywords:** hotel industry, accommodation facilities, classification of accommodation facilities, North Caucasus.

Гостиничная индустрия Российской Федерации динамично и стремительно развивается. За период с 2005 г. по 2017 г. количество коллективных средств размещения (КСР) увеличилось более чем в 2,5 раза (с 9 269 до 25 291), почти также, как и число размещенных в них

© Миненкова В.В., 2020

Миненкова Вера Владимировна,

к.геогр.н., доцент, зав. кафедрой экономической, социальной и политической географии, Кубанский государственный университет; [minenkova@inbox.ru](mailto:minenkova@inbox.ru)

лиц (с 28 411 чел. до 61 615 чел.). Анализ территориальной организации гостиничного хозяйства страны свидетельствует о безоговорочном лидерстве Южного федерального округа (среди остальных федеральных округов) по количеству коллективных средств размещения (около 30% всех КСР страны). Лидирующее место Южному федеральному округу обеспечивает исключительно Краснодарский край (здесь расположено около 60% всех средств размещения ЮФО) [7].

Таблица 1

**Основные показатели деятельности коллективных средств размещения  
в субъектах Северного Кавказа (2018 г.)**

Субъект	Число коллективных средств размещения, единиц				Численность размещенных лиц, тыс. человек			
	всего	из них			всего	из них		
		в гостиницах и аналогичных средствах размещения	в специализированных средствах размещения	всего		в гостиницах и аналогичных средствах размещения	в специализированных средствах размещения	всего
Республика Адыгея	84	66	18	-	116,0	62,5	-	-
Краснодарский край	5883	5181	702	186	8051,0	5897,4	2153,6	1207,4
Ставропольский край	465	313	152	118	1080,5	463,2	617,3	579,4
Карачаево-Черкесская республика	86	68	18	7	103,2	87,5	15,7	8,5
Кабардино-Балкарская Республика	132	89	43	17	126,7	72,6	54,1	41,4
РСО-Алания	47	26	21	6	70,0	54,6	15,3	7,6
Республика Ингушетия	5	4	1	-	11,2	9,8	1,4	-
Республика Чечня	29*	-	-	-	49*	-	-	-
Республика Дагестан	88*	55	-	-	116*	81,2	-	-

\* Данные 2017 года; «-» — нет данных

В 2017 г. в субъектах Северного Кавказа располагались 5503 коллективных средств размещения (почти 22 % всех российских КСР) [7]. При этом подавляющая часть этих КСР находится в Краснодарском крае, который традиционно является лидером по количеству туристских прибытий в стране, — 4 641 КСР (почти 85 % всех КСР Северного Кавказа). В этом же субъекте обслужено самое большое количество туристов в КСР — 6 623 тыс. человек (81 %) [7], всего же с учетом размещенных в индивидуальных средствах размещения и однодневных посетителей край в 2017 г. принял 16 млн. туристов (в 2018 г. — 17 млн) [1, 2].

Анализ количества средств размещения в разрезе субъектов РФ свидетельствует о безоговорочном лидерстве в этом рейтинге Краснодарского края (4 641 КСР в 2017 г.). Второе место занимают г. Москва и Московская область, на территории которых расположены почти 2000 средств размещения (в том числе в г. Москва 1323, в Московской области 568 средств размещения, т.е. в 3,5 и в 8,1 раз меньше, чем в Краснодарском крае). За последнее десятилетие удельный вес Краснодарского края в общероссийском количестве коллективных средств размещения постепенно увеличивался и в 2017 г. составил 18,4 %.

Среди субъектов Северного Кавказа кроме Краснодарского края к числу лидеров по показателям развития гостиничного хозяйства явно относится лишь Ставропольский край (табл. 1).

По последним данным Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края количество посетителей горного кластера города-курорта Сочи только в новогодние и рождественские праздники 2016-2017 гг. составило 355 тыс. чел., в 2017-2018 г. — 360 тыс. чел. На сегодняшний день горный кластер Сочи представляет собой наиболее развитый курорт Северного Кавказа (125 горнолыжных трасс общей протяженностью 152 км, 61 канатная дорога общей протяженностью 63 км), предлагающий услуги как зимнего, так и летнего отдыха.

В связи с этим представляет научный интерес исследование территориально-пространственной организации рекреационной сети территории Северного Кавказа в отрыве от динамично развивающегося региона-лидера в общероссийском масштабе — Краснодарского края.

Среди исследуемых субъектов Северного Кавказа на общем фоне выделяется Ставропольский край (и по количеству КСР и по численности размещенных в них лиц (рис. 1, 2).

Данные статистики свидетельствуют о максимальном туристском потоке в Ставропольский край, Дагестан, Кабардино-Балкарию и Карачаево-Черкесию. Это неудивительно, именно эти территории обладают относительно развитой туристской инфраструктурой. Известнейшие курорты (Кавказские минеральные воды, Дербент, Кизляр, Приэльбрусье, Домбай) по-прежнему популярны

среди поклонников тех видов туризма, которые развиваются на Северном Кавказе: горнолыжный, лечебно-оздоровительный, горный пешеходный.

В целом за последние почти 40 лет территориально-пространственная организация рекреационной отрасли на Кавказе не претерпела существенных изменений: основная масса турцентров и сегодня расположена в Горнокавказском рекреационном районе. При этом изменения все-такие имеются. Связаны они с созданием и развитием единого туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и республике Адыгея. За время реализации проекта его территориально-пространственная структура существенно изменилась и в настоящее время включает всесезонные туристско-рекреационные комплексы на территории республик Карачаево-Черкесия, Кабардино-Балкария, Ингушетия, Чечня и Дагестан, что свидетельствует о смещении акцентов развития туротрасли в пользу Восточного Кавказа [5].

Важным в процессе качественного и количественного анализа гостиничной индустрии является вопрос классификации средств размещения. Вопрос приобрел большую актуальность в связи с введением процедуры обязательной классификации гостиниц и аналогичных средств размещения в РФ.

В феврале 2018 г. вступил в силу Федеральный закон № 16-ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии. В соответствии с этим документом «предоставление гостиничных услуг без свидетельства о присвоении гостинице определенной категории, установленной положением о классификации гостиниц, а также использование в рекламе, названии гостиницы и деятельности, связанной с использованием гостиницы, категории, не соответствующей категории, указанной в таком свидетельстве, запрещается и влечет за собой административную ответственность в соответствии с законодательством РФ». Говоря другими словами, классификация средств размещения приобрела обязательный характер на всей территории страны.

Данные изменения неминуемо повлекут за собой изменения как в вопросах содержания и контроля качества гостиничных услуг, так и привнесут объективность в оценку структуры гостиничного хозяйства страны. В связи с этим представляет научно-практический интерес

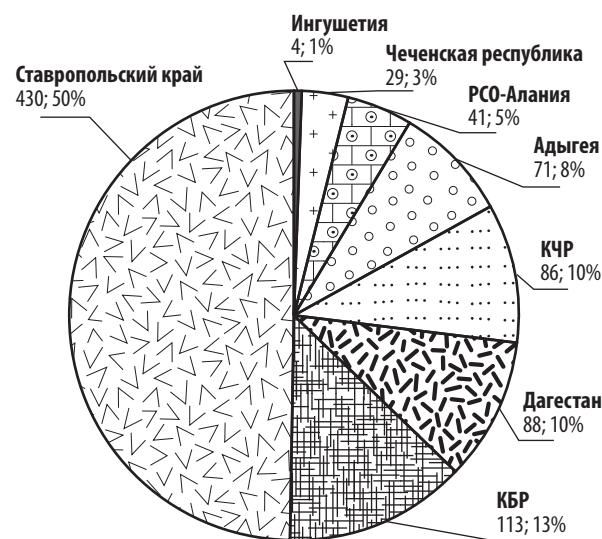


Рис. 1. Количество КСР в субъектах Северного Кавказа (без Краснодарского края), 2017 г.

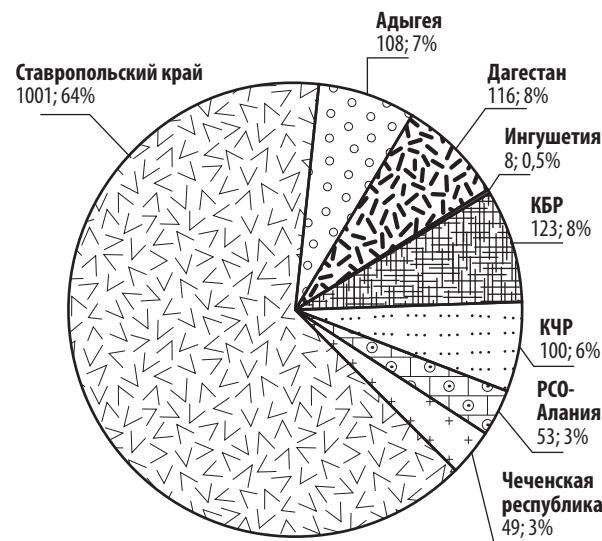


Рис. 2. Численность лиц, размещенных в КСР субъектов Северного Кавказа (без Краснодарского края), тыс. чел., 2017 г.

исследование современной территориальной организации классифицированных средств размещения в РФ.

По данным федерального перечня туристских объектов в ноябре 2019 г. в России прошли классификацию 11 164 средства размещения [9]. Картина распределения классифицированных средств размещения по федеральным округам выглядит следующим образом:

1. Южный федеральный округ — 4 831 (43%).
2. Центральный федеральный округ — 2 389 (21%).
3. Северо-Западный федеральный округ — 1 531 (14%).
4. Приволжский федеральный округ — 1 118 (10%).
5. Уральский федеральный округ — 439 (4%).

Таблица 2

**Распределение классифицированных средств размещения в федеральных округах РФ по категориям (ноябрь 2019 г., составлено автором) [9]**

Федеральный округ	5*		4*		3*		2*		1*		Без звёзд	
	количество средств размещения	удельный вес, %										
ЦФО	67	2,8%	336	14,1%	660	27,6%	237	9,9%	90	3,8%	999	41,8%
СЗФО	32	2,1%	163	10,7%	459	30,0%	168	11,0%	41	2,7%	668	43,6%
ЮФО	54	1,1%	253	5,3%	799	16,5%	498	10,3%	173	3,6%	3054	63,2%
СКФО	5	2,1%	50	21,3%	98	41,7%	38	16,2%	7	3,0%	37	15,7%
ПФО	16	1,4%	109	9,8%	349	31,2%	147	13,2%	27	2,4%	470	42,0%
УФО	6	1,4%	58	13,2%	114	26,0%	73	16,6%	12	2,7%	176	40,1%
СФО	6	1,6%	88	23,7%	124	33,4%	44	11,9%	15	4,0%	98	26,4%
ДВФО	4	1,6%	29	11,6%	100	40,0%	30	12,0%	18	7,2%	69	27,6%

6. Сибирский федеральный округ — 371 (3%).

7. Дальневосточный федеральный округ — 250 (2%).

8. Северо-Кавказский федеральный округ — 235 (2%).

Северо-Кавказский федеральный округ в данном рейтинге находится на последнем месте и его удельный вес в общем количестве классифицированных средств страны составляет всего лишь 2,1%.

Распределение классифицированных средств размещения в РФ по категориям демонстрирует безоговорочное лидерство группы гостиничных предприятий «без звезд» (около 50% всех КСР), тогда как наиболее востребованный массовым туристом сегмент двух и трехзвездочных средств размещения формирует чуть больше третьей части рынка (11% и 24% соответственно). При этом высококлассные средства размещения (4–5 звезд) занимают самую большую долю в Центральном ФО, а самый большой удельный вес предприятий среднего класса (2–3 звезды) наблюдается в Южном ФО (табл. 2).

Краснодарский край традиционно являлся лидером по числу классифицированных средств размещения. Позицию лидера в рейтинге края занимал и тогда, когда классификация являлась добровольной. Очевидно, что связано это с туристской специализацией Кубани и большим туристским потоком на курорты Краснодарского края. В дальнейшем ведущие позиции краю обеспечило проведение XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в Сочи в 2014 г., а также Кубка конфедераций в 2017 г. и Чемпионата мира по футболу в 2018 г. Одним из требований организационных комитетов этих массо-

вых спортивных мероприятий является обязательная классификация средств размещения участников и гостей. Проведение Чемпионата мира по футболу в 11 городах РФ, развитие рынка гостиничных услуг в части активности собственников по получению законных звезд привело к снижению удельного веса Краснодарского края в общероссийских показателях классифицированных средств размещения с 75% в середине 2000-х гг. до 47% в конце 2018 г. При этом отрыв от остальных субъектов по-прежнему существенный: в г. Москва и Московской области, занимающих второе место среди субъектов РФ, к этому времени располагалось лишь 14% классифицированных средств размещения страны (12,5% и 1,6% соответственно).

Результаты анализа распределения гостиничных предприятий Краснодарского края по категориям демонстрируют соответствие общим тенденциям в стране и высокий удельный вес средств размещения, соответствующих категории «без звезд» (около 70% всех классифицированных КСР края).

Территориальное распределение коллективных средств размещения Краснодарского края в целом крайне неоднородно. По наличию коллективных средств размещения на территории муниципального образования в регионе предсказуемо выделяется несколько лидеров: города-курорты Анапа, Геленджик, Сочи, Туапсинский, Темрюкский, Ейский районы, города Новороссийск и Краснодар, т.е. все Азово-Черноморское побережье края и краевой центр. Территориальная асимметрия является характерной чертой развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского

Таблица 3

*Распределение классифицированных средств размещения в Северо-Кавказском федеральном округе (ноябрь 2019 г., составлено автором) [9]*

Федеральный округ	5*		4*		3*		2*		1*		Без звёзд	
	количество СР	удельный вес, %										
Северо-Кавказский ФО	5	2,1%	50	21,3%	98	41,7%	38	16,2%	7	3,0%	37	15,5%
Республика Дагестан	0		3	27,3 %	5	45,5%	0		1	9,10	2	18,2%
Республика Ингушетия	0		2	50,0%	1	25,0	0		0		1	25,0%
Кабардино-Балкарская Республика	0		8	15,1%	27	50,1%	11	20,8%	2	3,8%	5	9,4%
Карачаево-Черкесская Республика	1	6,7%	1	6,7%	8	53,3%	1	6,7%	0		4	26,7%
Республика Северная Осетия	0		1	50,0%	0		0		0		1	50,0%
Чеченская Республика	2	20,0%	0		2	20,0%	2	20,0%	1	10,0%	3	30,0%
Ставропольский край	2	1,4%	35	25,0%	55	39,3%	24	17,1%	3	2,1%	21	15,0%

края. Она сложилась исторически, в силу основной специализации туристской отрасли (лечебно-оздоровительный и пляжно-купальный отдых).

В большинстве районов края количество мест в гостиницах значительно отличается. Связано это с неразвитой курортной инфраструктурой, например, в Ленинградском, Динском, Кущевском районах и др. Существуют также районы, в которых классифицированных гостиниц считанные единицы, либо они вовсе отсутствуют (Успенский, Белоглинский, Калининский, Тбилисский, Отрадненский муниципальные образования).

Администрация края в последние несколько лет проводит активную работу по развитию новых видов туризма, позволяющих «оттаянуть» часть отдыхающих на территории, ранее не так активно занятые в организации туризма и отдыха [3]. В таком же направлении будет развиваться и гостиничная индустрия края: база размещения горных и горно-предгорных районов пополниться новыми средствами размещения, продолжит развиваться Черноморское и Азовское побережье Краснодарского края.

В настоящее время результаты туристской политики края уже привели к перераспределению туристских потоков: за счет диверсификации регионального турпродукта активно развиваются горно-предгорные территории, традиционно не являвшиеся развитыми туристскими дестинациями, а курорт Сочи превратился в полноценный многофункциональный круглогодичный курорт, представленный не только прибрежным, но и гор-

ным кластером, куда активно направляются туристы и в летнее время [4].

Ситуация с классифицированными средства размещения в субъектах Северо-Кавказского федерального округа выглядит намного слабее (табл. 3).

Как видно из таблицы 3, наибольшее количество классифицированных средств размещения расположено в Ставропольском крае (140 средств размещения). В Кабардино-Балкарии, занимающей второе место в рейтинге, расположено в три раза меньше средств размещения — 53. Высококлассные средства размещения категории 5\* имеются только в Ставропольском крае (2 средства размещения), Чеченской республике (2), Карачаево-Черкесии (1).

Обращает на себя внимание категорийность средств размещения Ставропольского края, которая отличается от общероссийской и краснодарской ситуации, где подавляющее число средств размещения относится к категории «без звезд». В Ставропольском крае структура гостиничного рынка может быть охарактеризована как сбалансированная и представлена как высококлассными средствами размещения, так и бюджетными.

Стратегия развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа до 2035 г. отмечает, что объем туристских услуг, оказанных населению в Северо-Кавказском федеральном округе, ежегодно растет. Количество коллективных средств размещения в Северо-Кавказском федеральном округе в 2017 г. составило 791 единицу (в том числе 167 организаций, оказывающих санаторно-

курортные услуги), что является недостаточным для размещения потенциального туристского потока. Число коллективных средств размещения в целом в округе на 1000 жителей составляет 0,081, что более чем в 2 раза ниже среднероссийского показателя.

Общее число мест в коллективных средствах размещения в Северо-Кавказском федеральном округе также является недостаточным (78 тыс. мест), а динамика роста (115% с 2013 по 2017 гг.) не отвечает потенциальному развитию туризма (в целом по РФ — 156,34%). В результате на 1000 жителей Северо-Кавказского федерального округа приходится только 8 мест в коллективных средствах размещения (по РФ — 14,7) [8].

Как следствие, сфера туризма в целом не является в настоящее время инвестиционно привлекательной в Северо-Кавказском федеральном округе. Объем инвестиций в основной капитал, направленный на развитие коллективных средств размещения, в 2016 г. составил в Северо-Кавказском федеральном округе 978,6 млн. рублей, что является одним из самых низких показателей в Российской Федерации (3,2% от общероссийского показателя). Объем инвестиций в основной капитал, направленный на развитие коллективных средств размещения, на 1000 жителей Северо-Кавказского федерального округа составил только 0,1 млн. рублей (по РФ в среднем — 0,207 млн. рублей) [8].

Остро стоит проблема отсутствия современной технологичной туристской инфраструктуры. Существующая туристская инфраструктура округа обладает высокой степенью износа основных фондов (в 2016 г. — 40,5%). Дополнительным ограничивающим фактором является отсутствие коллективных средств размещения большой емкости (более 300 номеров), что объективно сдерживает возможность организации и проведения крупных культурных, деловых и спортивных мероприятий на территории Северо-Кавказского федерального округа, а также препятствует организации чартерных авиарейсов по внутренним туристским направлениям [8].

К числу стратегических задач развития туризма в республиках Северного Кавказа в настоящее время относится стимулирование создания новых туристических центров поми-

мо уже существующих курортов. Реализация новых инвестиционных проектов позволит ускорить процесс обновления основных фондов отрасли, усилит конкуренцию и качество предоставляемых услуг, позволит диверсифицировать туристский продукт, увеличит плотность рекреационных зон и уровень инфраструктурной освоенности.

#### **Библиографический список**

1. Доклад о результатах за 2017 год и основных направлениях деятельности министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края на 2018-2021 годы. URL: [https://kurort.krasnodar.ru/deyatelnost/otchety/?SECTION\\_ID=149](https://kurort.krasnodar.ru/deyatelnost/otchety/?SECTION_ID=149) (Дата обращения: 10.05.2019).
2. Доклад о результатах за 2018 год и основных направлениях деятельности министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края на 2019-2022 годы. URL: [https://kurort.krasnodar.ru/deyatelnost/otchety/?SECTION\\_ID=168](https://kurort.krasnodar.ru/deyatelnost/otchety/?SECTION_ID=168) (Дата обращения: 10.05.2019).
3. Инвестиции в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края: оценка эффективности и территориальная дифференциация: моногр. [Текст] / В.В. Миненкова, Д.В. Максимов, Т.А. Волкова и др. М: Директ-Медиа, 2017. 215 с.
4. Миненкова В.В., Волкова Т.А. Развитие курорта Красная поляна на современном этапе [Текст] // География и туризм: сборник научных трудов. Пермь, 2017. С. 142-150.
5. Миненкова В.В., Волкова Т.А. Северо-Кавказский туристический кластер: история и динамика развития [Текст] // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: материалы I Всеросс. с междунар. участием научной конф. Севастополь, 2018. С. 300–303.
6. Миненкова В.В., Салеева Т.В., Скрипниченко И.А. Классификация средств размещения: территориальная организация на национальном и региональном уровнях (на примере Краснодарского края) [Текст] // Сервис в России и зарубежом. 2019. № 4.
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018: Стат. сб. / Росстат. М., 2018. 1162 с.
8. Стратегия развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа до 2035 г. (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 марта 2019 г. № 369-р).
9. Федеральный перечень туристских объектов. URL: [klassifikacija-turizm.ru/](http://klassifikacija-turizm.ru/) (Дата обращения: 01.11.2019).

**И.М. Калабкина**

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

**УДК 338.487**

# РЫНОК САНАТОРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

**В** статье дана краткая периодизация санаторно-оздоровительного туризма, показаны его особенности. Раскрываются понятие «рынка санаторно-оздоровительных услуг», его элементы, выполняемые функции. Анализируется рынок санаторно-оздоровительных услуг Республики Мордовия, который выступает в качестве объекта исследования. В статье осуществлен анализ действующих в регионе санаториев, рассмотрены показатели их деятельности. Выявлены проблемы развития республиканского рынка санаторно-оздоровительных услуг. Цель статьи — выявление особенностей развития рынка санаторно-оздоровительных услуг Мордовии.

**Ключевые слова:** *туризм, рынок, санаторно-оздоровительные услуги, санаторий, конкуренция, спрос, предложение, цена.*

**I.M. Kalabkina**

National Research Ogarev Mordovian State University

## MARKET OF HEALTH AND WELLNESS SERVICES OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA

The article gives a brief periodization of health tourism, shows its features. The concept of the "market of health and Wellness services", its elements and functions are revealed. The article analyzes the market of health and Wellness services in the Republic of Mordovia, which is the object of research. The article analyzes the sanatoriums operating in the region and considers their performance indicators. The problems of development of the Republican market of health and Wellness services are revealed. The purpose of the article is to identify the features of the development of the market of sanatorium and health services in Mordovia.

**Keywords:** *tourism, market, health and Wellness services, health resort, competition, demand, supply, price.*

Интерес к туристским ресурсам и видам туризма возрастает. Это обусловлено тем, что норма прибыли в туристской отрасли намного выше, чем в добывающих отраслях. Поэтому многие государства и территории заинтересованы в активном развитии этой отрасли. Туризм стимулирует развитие сопряженных отраслей, привлечение новых инвестиций в малый бизнес, увеличение налоговых поступлений в бюджеты разного уровня и сближение государств и народов [3, с. 153].

В индустрии туризма выделяют много направлений и видов: самодеятельный, экологический, рекреационный, деловой, промышленный, экстремальный, этнографический,

культурно-познавательный, санаторно-оздоровительный и др. Остановимся на последнем подробнее.

Санаторно-оздоровительный туризм, как часть туристской индустрии, предполагает, в качестве базового мотива путешествия, получение комплекса оздоровительных и курортных услуг для предотвращения заболеваний и реабилитации лечения. Данный вид туризма имеет свои направления. По целям выделяют два типа: медицинский и оздоровительный. Также его можно разделить на выездной и въездной, в зависимости от прибытия (выбытия) граждан на данную территорию.

Санаторно-оздоровительный туризм относится к одному из самых древних видов туризма. В старинных манускриптах встречается упоминание о минеральных водах и лечебных грязях в целях оздоровления. Правомерно выделить следующие этапы развития санаторно-оздоровительного туризма: стихийный

---

© Калабкина И.М., 2020

**Калабкина Ирина Михайловна,**  
к. э. н., доцент кафедры туризма, Национальный  
исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н.П. Огарёва;  
*i.m.kalabkina@yandex.ru*

(характерен для средних веков и более раннего периода), когда курортные факторы применялись для омовений; научный (XVI–XVIII вв.), когда зародились основы курортологии, как науки; коммерческий (XIX–XX в.), когда рекреационные потребности стали реализовывать на соответствующем рынке (именно в этот период наблюдается бум открытия санаториев и лечебниц); дифференцированный (XX–XXI в.), называется так потому, что в настоящее время имеют место быть две разновидности — коммерческий и социальный.

В последние годы мировой санаторно-оздоровительный туризм сосредоточен в таких развитых странах, как Франция (более 100 здравниц), Германия, Чехия, Израиль. В этих государствах возникла целая туристская индустрия, занимающаяся оздоровлением обратившихся граждан.

При организации санаторно-оздоровительного туризма должны быть учтены определенные особенности: программа таких туров должна быть рассчитана на 21 день для достижения оздоровительного эффекта (большой срок пребывания обусловил высокую стоимость туров); потребителями услуг, в основном, являются люди старшего возраста. Последними трендами санаторно-оздоровительного туризма является включение в общую программу оздоровления новых программ типа «Программа красоты», «Снижение веса», «Антистресс», «Релакс» и других.

Рынок санаторно-курортных услуг — это совокупность научно-практической деятельности по осуществлению профилактики и лечения заболеваний с использованием лечебных ресурсов, изучению механизма действия мероприятий по управлению и обеспечению обслуживания граждан на курорте [2].

Маркетинг рынка санаторно-оздоровительных услуг отличен от рынка других товаров. Особенности проявляются в следующем:

- как и другую услугу, услугу лечебно-оздоровительного характера нельзя заготовить впрок;
- непосещение гражданином места лечения по каким-либо причинам «возвратить» нельзя;
- вместе с тем данная услуга сочетает в себе и элементы осозаемости;
- комфорт и инфраструктура отеля, природу курорта, диетическое питание в ресторанах;
- гражданин постоянно ощущает на себе заботу персонала.

Рынок санаторно-оздоровительных услуг выполняет три функции. Основная функция данного рынка — лечебная или реабилитационная. Вторая — вспомогательная функция, суть которой сводится к тому, что граждане,

кроме лечения, могут воспользоваться рекреационной, природоохранной антистрессовой программой. Третья функция — обеспечивающая, которая подразумевает объединение в систему социальной, экономической и административной подсистем.

Как и другим видам рынка, рынку санаторно-оздоровительных услуг присущи такие элементы как спрос, предложение, конкуренция. Эти элементам, в свою очередь, характерны свои особенности. Санаторно-оздоровительные рынки характеризуются наличием земельных участков и природных ресурсов, на которых располагаются объекты, наличием медико-оздоровительного оборудования и программ предоставления услуг.

Спрос на санаторно-оздоровительном рынке характеризует число путевок, которые потребители намерены приобрести по указанным в прейскуранте ценам на определенный промежуток времени. Ценовой диапазон широк и на него влияют сезонность, имидж санатория, профессионализм персонала.

Предложение на рынке санаторно-оздоровительных услуг определяется наличием санаториев на данной территории.

Неизбежный спутник данного рынка — конкуренция, которая возникает между санаторно-курортными организациями. Каждый объект санаторно-оздоровительного рынка наращивает свои конкурентные преимущества, которые позволяют ему получать более высокую норму прибыли. Конкурентные преимущества — это наличие у санатория дополнительных факторов, позволяющих ему привлечь большее количество пациентов. Конкурентные преимущества могут быть двух видов: за счет более высокого имиджа и за счет использования более дешевого сырья.

Таким образом, санаторно-оздоровительные рынки — конкурентные рынки, где большое количество продавцов и покупателей обмениваются медицинскими услугами. На основе этого взаимодействия складывается равновесная цена, устраивающая покупателей и продавцов.

Рынок санаторно-курортных услуг России в настоящее время насчитывает свыше 2,2 тыс. оздоровительных и санаторно-курортных учреждений вместимостью 371,2 тыс. мест. Более 50 % этих здравниц находится в Южном (28,8 %) и Приволжском (22 %) федеральных округах, что объясняется высокой плотностью населения и благоприятными природно-климатическими условиями данных регионов [1].

Лечебно-оздоровительный туризм в Республике Мордовия относительно молод. Многие санатории Мордовии были построены лишь

в конце 1970-х – начале 1980-х гг. Природные и климатические условия заложили основы для развития соответствующей туристской отрасли в регионе.

Санатории Мордовии располагают относительно современной лечебно-диагностической базой и предлагают не только лечение, но и реабилитацию больных, а также специально разработанные оздоровительные программы: «Антистресс», «Подготовка к родам», «Коррекция веса». Для лечения профильных заболеваний активно используются бальнеотерапия (лечебные ванны и кишечные орошения на основе местных минеральных вод), грязевые аппликации и обертывания торфяными лечебными грязями, а также физиотерапия, ингаляции, фитотерапия, ручной и гидромассаж, лечебная гимнастика, аромотерапия, климатолечение и другие методы.

О.А. Никитина справедливо отмечает, что «санаторно-оздоровительные услуги являются социально значимыми услугами и должны быть направлены на поддержание здоровья всех слоев населения» [4, с. 320]. В связи с этим в каждом регионе должны быть собственные санаторно-курортные организации. В Республике Мордовии представлены следующие санаторно-оздоровительные учреждения: санаторий «Мокша», санаторий «Саранский», санаторий «Алатырь», санаторий «Сивинь».

Санаторий «Мокша» — это современная здравница, расположенная в живописном, экологически чистом уголке Мордовии на высоком берегу одноименной реки на базе местных минеральных источников. Санаторий предлагает следующие услуги: базовая программа санаторно-курортного лечения, оздоровительный отдых без лечения по программам оздоровления: Антицеллюлит, Антистресс, «Здоровье мужчины», «Здоровье женщины». Также санаторий осуществляет санаторно-курортное лечение пострадавших от несчастных случаев на производстве, профзаболеваний. Клиентам предлагаются хвойно-жемчужные, вихревые и другие ванны. Санаторий располагает современными методами диагностики.

Климатический и грязевой санаторий «Сивинь» расположен в самом центре заповедных зон Мордовии, в потрясающем живописном сосновом бору Красносльбодского района, в 75 км от города Саранска и в 4-х км от московской трассы, в пойме реки Сивинь. В санатории лечат многие заболевания. Используются и элементы нетрадиционного лечения, например, аэроионотерапия, суть которой в том, что отрицательные аэроионы кислорода создают бодрое настроение, улучшают состояние центральной нервной системы, уменьшают усталость и увеличивают

рабочую способность, стабилизируют дыхание. К сожалению, в настоящее время санаторий «Сивинь» не аккредитован.

Следующий известный мордовский санаторий — «Алатырь», который расположен в живописном месте — экологически чистой зоне Национального парка «Смоленный», в массиве хвойных и широколиственных лесов, в 70 км от столицы Мордовии на берегу реки Алатырь. Основные направления данного санатория: лечение заболеваний центрально-нервной системы, опорно-двигательной и др. В санатории предлагаются такие современные методы лечения как: бальнеотерапия (различные виды ванн и душей), гидромассаж, массаж (ручной и механический), теплолечение (грязевые аппликации на различные зоны и области суставов, озокеритолечение, нафтала-нолечение), аппаратная физиотерапия, лазеротерапия, магнитотерапия, физиолечение, галокамера (солевая комната), ароматерапия, горный воздух, сухие углекислые ванны, различные ингаляции, фиточай, кислородные коктейли, лечебная гимнастика.

Санаторий «Саранский» можно назвать «жемчужиной» Мордовии, колыбелью здоровья, так как лечение здесь основывается на природных факторах с помощью специально разработанных уникальных программ, способных помочь организму справиться с недугом, не прибегая к медикаментозному лечению. Санаторий «Саранский» уже более 25 лет известен на рынке санаторно-оздоровительных услуг. Это современная здравница на базе местных минеральных источников предлагает высококачественное лечение по новейшим медицинским программам с использованием современных инновационных технологий и оздоровительный отдых. Санаторий находится в самом сердце республики, в ее столице — городе Саранск, на краю прекрасного лесного массива.

Лечебная база ОАО «Санаторий «Саранский» включает в себя более 150 лечебных и оздоровляющих процедур. Все лечение имеет индивидуальную научно-обоснованную и годами отработанную программу лечения, основанную на сочетании традиционных и нетрадиционных методов лечения. Стоит отметить, что уникальность здравницы в основном основана на ее естественных факторах лечения, таких как лечебно-столовая хлоридно-сульфатно-кальциево-магниево-натриевая минеральная вода «Саранская», обладающая удивительными целебными свойствами, и лечебная грязь месторождения Кадымжай. Кадымжайская грязь обладает высокой пластичностью, теплопроводностью и медленной теплоотдачей, содержит в своем составе катионы натрия и калия, каль-

Таблица 1

**Сравнительная характеристика ценовой политики санаториев Республики Мордовия**

Показатели	Санаторий «Саранский»	Санаторий «Алатырь»	Санаторий «Мокша»
Номер «Стандарт» 2-х местный	2600	1900	2800
Детская путевка	1200	1100	1600
Цена путевки на 1 человека с лечением (в зависимости от набора услуг)	2600-4400	2300	1600-2500
Цена путевки на 1 человека без лечения (в зависимости от категории номера)	2600-3650	1900	1600
Душ Шарко	380	350	370

Таблица 2

**Ассортимент санаторно-оздоровительных услуг в санаториях Республики Мордовии**

Услуги, предлагаемые в ОАО «Санаторий «Саранский»	Услуги, предлагаемые в санатории «Алатырь»	Услуги, предлагаемые в санатории «Мокша»
1. Бальнеотерапия; 2. Грязевые аппликации; 3. Климатотерапия; 4. Диетотерапия и ЛФК; 5. Аромотерапия; 6. Ингаляции; 7. Лазеротерапия; 8. Магнитотерапия; 9. Электросон; 10. Электрофорез полостной; 11. Гидромассаж стоп; 12. Грязевые аппликации; 13. Жемчужно-мин-льная ванна 14. Пенно-солодковая ванна; 15. Подводный душ-массаж; 16. Скипидарная ванны; 17. Четырехкамерная ванна; 18. Душ Шарко; 19. Лечение целлюлита; 20. Инфракрасная сауна; 21. Скандинавская ходьба; 22. Кислородный коктейль; 23. Лечение «Антитабак»; 24. Грязевые аппликации; 25. Микроиглорефлексотерапия; 26. Вакуумтерапия.	1. Бальнеотерапия; 2. Грязевые аппликации; 3. Климатотерапия; 4. Диетотерапия и ЛФК; 5. Гидромассаж; 6. Теплолечение; 7. Аппаратная физиотерапия; 8. Лазеротерапия; 9. Магнитотерапия; 10. Физиолечение; 11. Галокамера; 12. Ароматерапия; 13. Горный воздух; 14. Углекислые ванны; 15. Различные ингаляции; 16. Фиточай; 17. Кислородные коктейли 18. Лечебная гимнастика.	1. Бальнеотерапия 2. Грязевые аппликации 3. Климатотерапия 4. Диетотерапия и ЛФК 5. Термогидротерапия 6. Плавательный бассейн 7. Магнитотерапия 8. Грязелечение 9. Ингаляции 10. Сухие углекислые ванны 11. Фитобар 12. СПА-услуги 13. Массаж 14. Лечебная физкультура 15. Услуги стоматолога.

ция и магния, железа и анионы хлора, брома, йода. Кроме температурного воздействия, она оказывает сложное химико-биологическое действие на гормональную систему организма, проникая через кожу в кровеносные сосуды. Многообразие механизмов лечебного действия кадымжайской грязи определило широкий спектр ее клинического применения в артрологии, урологии, гинекологии, гастроэнтерологии.

Конкурентоспособность республиканских санаториев на рынке санаторно-оздоровительных услуг Республики Мордовия можно рассмотреть с точки зрения ценовой политики и ассортиментной политики. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика ценовой политики санаториев.

Из таблицы 1 видно, что почти по всем показателям ценовой стратегии ОАО «Санаторий «Саранский» лидирует среди других сана-

ториев Республики Мордовия. Необходимо отметить, что показатели цены даны за одни сутки пребывания в санатории. Общая стоимость путевки в ОАО «Санаторий «Саранский» колеблется от 2600 руб. до 4400 руб. в зависимости от набора услуг. Такая высокая цена по сравнению с другими санаториями («Алатырь» — 2300 руб. и «Мокша» — 2000 руб.) обусловлена местоположением анализируемого предприятия. ОАО «Санаторий «Саранский» расположен в столице Мордовии. Здесь выше плотность населения с более высоким уровнем доходов. По стоимости детской путевки так же лидирует ОАО «Санаторий «Саранский».

По позиции проживания в стандартном номере лидирует санаторий «Мокша», здесь стоимость проживания 2800 руб. На втором месте ОАО «Санаторий «Саранский», где цена проживания 2600 руб. Самая низкая цена проживания в санатории «Алатырь» — 1900 руб.

Следует отметить, что такая ценовая политика оправдана, так как почти круглогодично наполняемость номеров составляет 70–100 %. В летнее время на базе ОАО «Санаторий «Саранский» функционирует детский лагерь. В межсезонье многие организации Саранска приобретают путевки санатория для своих сотрудников.

Вторая составляющая конкурентоспособности состоит в исследовании ассортиментной политики санаториев Республики Мордовии, представленная в таблице 2.

Из таблицы 2 видно, что ОАО «Санаторий «Саранский» лидирует по количеству предоставляемых услуг среди других санаториев Республики Мордовия. Это обусловлено тем, что здесь работает высококвалифицированный персонал и оздоровление проходит под воздействием современного оборудования. Таким образом ОАО «Санаторий «Саранский» обладает конкурентными преимуществами по сравнению с другими санаториями Мордовии.

Однако, при исследовании рынка санаторно-оздоровительных услуг были выявлены следующие проблемы:

- 1) ярко выраженная сезонность;
- 2) высокая стоимость услуг, снижающая спрос;
- 3) неразвитая инфраструктура рынка, низкая оснащенность его высокотехнологическим лечебным оборудованием;
- 4) нерациональность использования природных лечебных ресурсов;
- 5) недостаточное научное сопровождение санаторно-оздоровительной отрасли.

Таким образом, наличие санаторно-оздоровительных ресурсов и материально-технической базы республиканских санаториев должно стать базой для дальнейшего развития санаторно-оздоровительной деятельности в регионе. Рынок лечебно-оздоровительных

услуг ждут изменения. Перспективами данного рынка является диверсификация санаторно-курортных услуг в сторону их разнообразия и многообразности программ пребывания клиентов. Следующей тенденцией современности является сокращение срока пребывания клиента в санатории, что обусловлено тем, что люди среднего возраста ограничены во времени. По мнению многих экспертов, потребители этого типа будут главными клиентами санаториев и курортов и гарантией процветания лечебно-оздоровительного туризма в XXI в.

#### **Библиографический список**

1. Аветисян А.Э. Состояние и значение санаторно-курортного комплекса на рынке услуг России и Хабаровского края // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(19). URL: <http://sibac.info/archive/economy/>.
2. Ветитнев А.М., Войнова Я.А. Организация санаторно-курортной деятельности: уч. пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. М.: Федеральное агентство по туризму. 2014, 272 с.
3. Калабкина И.М., Зотова Е.В. Оценка эффективности туристического бизнеса в Мордовии // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2019, №4. С. 153–161.
4. Никитина О.А. О необходимости создания социально-ориентированной системы обеспечения россиян санаторно-оздоровительными услугами // Фундаментальные исследования. — 2014, № 6 (Ч. 2). С. 320–324.
5. Оборин М.С. Особенности развития рынка санаторно-курортных услуг регионов в современных социально-экономических условиях // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2017. Том 3 (69). № 2. С. 75–89.
6. Оборин М.С., Нагоева Т.А., Фролова Н.В. Исследование и разработка системы продвижения рынка санаторно-курортных услуг региона // Экономический анализ: теория и практика. 2017, Т. 16. № 1. С. 128–144.

# ДЕТСКИЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ В ПЕРМСКОМ КРАЕ\*

**П**роведен мониторинг туристских (экскурсионных) потоков в сфере детского туризма Пермского края, определены существующие ограничения и проблемы, сдерживающие развитие межрегионального туризма в крае: преобладание экскурсионного продукта, слаборазвитость некоторых видов туризма, недостаточность инфраструктуры для организации детского туризма и несовершенство информационной среды. Представлены рекомендации по совершенствованию деятельности в сфере детского туризма, с целью увеличения числа детских туристских групп из соседних регионов: внедрение системы метапоиска экскурсионных и туристских маршрутов для детей, создание межрегиональных детских маршрутов, направления для развития культурно-познавательного, активного и рекреационно-развлекательного детского туризма в крае.

**Ключевые слова:** детский туризм, межрегиональный туризм, Пермский край, внутренний туризм.

**A.A. Limpinskaya**  
Perm State University

## CHILDREN'S INTERREGIONAL TOURISM: PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT IN PERM REGION

Children's tourist (excursion) flows in Perm region are monitored, existing limitations and problems are determined and the reasons for their occurrence are identified. Domination of the excursions, the lack of development of some tourism directions and infrastructure for children's tourism, the imperfections of the information environment are detected. Recommendations to improve activities in children's tourism to increasing the number of children's tourist groups from neighbouring regions were made such as adoption of meta-search system for excursion and tourist tours for children, creation of interregional children's routes, directions for the development of cultural, active and recreational children's tourism in the region.

**Keywords:** children's tourism, interregional tourism, Perm region, internal tourism.

Детский туризм в Пермском крае рассматриваются как одно из приоритетных направлений развития туризма [1, 2, 8]. Среди видов туристских услуг детского туризма в том

числе выделяют международные и межрегиональные обмены, подразумевая посещение детскими группами в туристских целях регионов и стран, отличных от их места проживания [4]. Определения детского международного и межрегионального туризма законодательно не закреплены, но, основываясь на общепринятую терминологию, логично их определить, как въездной и выездной детский туризм между странами или между регионами. Таким образом, межрегиональный детский туризм в Пермском крае включает туризм в пределах территории края детских групп, не проживающих постоянно в нем, и туризм детских групп, постоянно проживающих в Пермском

© Лимпинская А.А., 2020

**Лимпинская Алла Андреевна,**  
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский  
государственный национальный исследовательский университет;  
[alla\\_sid@mail.ru](mailto:alla_sid@mail.ru)

\* Статья подготовлена по материалам «НИР по развитию туризма в Пермском крае», декабрь, 2019. © Государственное автономное учреждение Пермского края «Центр развития туризма», Агентство по туризму и молодежной политике Пермского края, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет».

крае, в другой регион. Для определения роли межрегионального детского туризма в крае, проанализируем структуру предложений туроператоров, полностью или частично специализирующихся на организации туров для детских групп, в регионе таких насчитывается 14. На основе публично представленной информации на сайтах турфирм, в социальных сетях, перечень экскурсий (туров) с указанием цен, направленных по индивидуальному запросу на электронную почту автора, а также результатов опроса на тему «Детский туризм в Пермском крае», проведенного среди профессионалов в период с 11 по 30 ноября 2019 г. в рамках которого получены ответы от представителей 14 организаций, можно сделать следующие выводы:

- наиболее разнообразно представлены экскурсионные программы, разработанные для всех возрастных категорий школьников, которые проводятся в различных интересных для детей формах и на разнообразные темы, большинство нацелены на решение конкретных образовательных задач и представляют интерес для школьников города Перми в качестве рекомендуемых для посещения в течение учебного года с целью визуализации учебного процесса;

- двух и более дневные региональные программы представлены более скучно, так как практика организации детского туризма в Пермском крае складывается таким образом, что дети школьного возраста по краю чаще совершают экскурсионные выезды, а в длительные путешествия они отправляются за его пределы по популярным туристским маршрутам (программы по Москве, Санкт-Петербургу, «Золотое кольцо») или же посещают максимально приближенные к нам регионы с познавательными и развлекательными целями — Свердловскую, Челябинскую, Кировскую области, республики Башкортостан, Удмуртию и Татарстан.

- компании организуют туры для детей из других регионов, но проводят их редко по индивидуальному запросу от постоянных клиентов, не осуществляют их продвижение посредством аккаунтов в сети. В описаниях маршрутов отсутствует ссылка на то, что они ориентированы на группы школьников, чаще туры предлагаются для индивидуального бронирования в сборные группы или организованных групп без ссылки на возраст участников. В основном гостям предлагают посещение Кунгура и Кунгурской ледяной пещеры, обзорную экскурсию по Перми с посещением музеев на выбор, Пермской кондитерской фабрики. Наиболее разнообразно программы представлены у туроператора ООО «Туристическое агентство

Пермский центр отдыха и туризма» (ПЦОТ) [8]. Так в ассортименте программ по приему туристов шесть вариантов экскурсионных (пребывание без ночевки), включая экскурсии по городу, поездку в Усолье – Орел – Пыскор, Нытву – Сергино, а также Каменный город, Колпаки и этнопарк реки Чусовой. Двух дневные маршруты включают 5 различных программ с посещением Кунгура, Чусового, Лысьвы, ЗАТО «Звездный», а также активные маршруты по Пермскому краю (Полюд и Ветлан). 3-х дневные маршруты объединяют программы однодневного и двухдневного пребывания. Основываясь на данных, предоставленных туроператорами о приеме одной-двух групп, численностью 30 человек каждые выходные, общее число детей, посетивших Пермский край в 2019 году, из других регионов не превысило 3000 человек.

- межрегиональные маршруты, предполагающие посещение двух-трех регионов с участием Пермского края, отсутствуют у всех операторов.

Основой формирования туристских предложений для организации межрегионального туризма, мог бы стать реестр рекомендуемых туристских маршрутов по территории Пермского края. Такой реестр согласно Федеральному закону «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» должен быть разработан и утвержден в каждом регионе и размещение на официальном сайте органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сети «Интернет». В Пермском крае реестр находится в стадии разработки, официальная публикация в сети «Интернет» отсутствует, но по запросу, направленному в Агентство по туризму и молодежной политики Пермского края, был предоставлен его проект. В список из 40 маршрутов включены 35 экскурсионных, 5 туристских (один из них носит культурно-познавательный характер, остальные маршруты активные). Анализ содержательной части маршрутов свидетельствует, что часть из них включает посещение лишь одного объекта, что не только не соответствует определению согласно которому маршрут [3] — посещение различных, то есть нескольких мест, но и противоречит логике, так как время в пути по маршруту в зависимости от региона проживания школьников может значительно превышать нахождение на объекте показа, что доставит дискомфорт детям и вероятнее всего не будет востребовано среди организованных групп. Одновременно нельзя назвать туристскими маршрутами лишь посещение музеев города или производственных предприятий. Активные маршруты по Пермскому краю вклю-

чают только сплавы, в то время, пешие и их комбинации отсутствуют. В целом маршруты, включенные в реестр, не представляют значительного интереса гостям города школьного возраста.

Мониторинг туристских программ операторов для организованных групп школьников и анализ реестра дают возможность сформулировать основные проблемы, препятствующие развитию межрегионального туризма:

1. Преобладание экскурсионного продукта в структуре предложения для организации детского отдыха в крае; эпизодический, а не системный характер многодневных туров для детей и приёма школьных групп из других регионов. Такой подход к содержанию продукта объясним: детский туризм в отличие от других видов, подразумевает не только туристские, но и экскурсионные поездки [4], а их более простые условия организации и низкая цена по сравнению с туристскими маршрутами обуславливают большую востребованность среди детских организованных групп, однако сильно ограничивают развитие туризма в регионе в целом.

2. Игнорирование как операторами, так и заказчиками поездок по направлению активного туризма. Активный туризм, занимая значительную долю среди других видов в Пермском крае [9], не рассматривается как приоритетный для детей не только из других регионов, но и для жителей края. Продают их преимущественно взрослым или родителям с детьми, избегая предложения для организованных детских групп, так как их обеспечение связано с повышенными требованиями безопасности, а значит и увеличением доли ответственности организаторов. Анализ опроса показал, что многодневные маршруты организуются только для детей, занимающихся в городских и муниципальных клубах. Речь идёт о МАУ ДО «Станция детского и юношеского туризма и экскурсий» г. Перми, МАУ ДО «Станция детского, юношеского туризма и экологии» г. Чайковского, МАУ ДО «Дом детского и юношеского туризма и экскурсий» г. Кунгура, МАУ ДО «Дом детского и юношеского туризма и экскурсий» г. Березники. На коммерческой основе для организации детского отдыха задействована преимущественно туристическая база в п. Усть-Койва, принадлежащая общественной организации «Поиску», на которой организуются детские летние и зимние лагеря, а летом она является отправным пунктом на активные водные маршруты по Койве и Чусовой, однако этого недостаточно для формирования устойчивых межрегиональных потоков.

3. Отсутствие туров рекреационно-развлекательной направленности. В линейке пред-

ложений туристских операторов и агентств прослеживается еще одно слабо реализуемое направление детского туризма — выезды на отдых, стержнем которого являются развлечения и анимация. Школьники города посещают мастер-классы (по изготовлению игрушек, различных блюд, фотографий и пр.) и спортивно-развлекательные клубы (лазертаг, пейнтбол, сколодромы, батутные центры и пр.) без участия туристских организаций, чаще в выходные дни с родителями; комплексные развлекательные туры целью которых является получения ярких впечатлений от культурно-массовых мероприятий, посещения тематических парков, а также, развлекательных объектов отсутствуют. При этом групповой рекреационно-развлекательный туризм детей признан в мировой и отечественной туристской практике как одно из эффективных средств эмоционально-психологической разгрузки современных школьников, пользуется устойчивым спросом, а в некоторых странах относится к социальному туризму.

4. Несовершенная информационная среда. Качественный продукт и даже развитая инфраструктура недостаточны для формирования устойчивых турпотоков, так как современный потребитель требовательно относится к представлению информации, комфортному выбору и бронированию услуг. Сегодня у всех туроператоров края туры (экскурсии) для детей представлены списком (не всегда даже списком с описанием), без возможности устанавливать критерии для отбора, обуславливающих удобный поиск и осуществлять бронирование. При этом только количество экскурсионных программ для школьников насчитывает около 150, без учета многодневных. Родители и учителя, не имея временных возможностей анализа всех предложений, используют привычные программы и прислушиваются к рекомендациям знакомых и друзей, не ориентируясь в полной мере на ассортимент операторов. Попытка обобщения и систематизации туристских маршрутов по Перми и краю предпринята центром развития туризма на сайте <http://visitperm.ru/>, однако информация скорее всего собрана без использования автоматизированных систем, что приводит к быстрой утрате актуальности данных и необходимости постоянного мониторинга, обновления, обобщения. Систематизация по детским экскурсиям и маршрутам отсутствует вообще для открытого пользования.

Для решения выявленных и ряда других проблем организации детского туризма в Пермском крае считаем важным сосредоточить внимание на следующих направлениях его развития:

■ **Создание комфортной информационной среды при помощи внедрения системы метапоиска экскурсионных и туристских маршрутов для детей.** Введение единой системы поиска могло бы оперативно усилить продажи туров, в том числе школьным группам из других регионов за счет осуществления их в онлайн режиме, реализации динамического ценообразования, автоматического бронирования мест в автобусах для формирования сборных групп детей и пр. Однако стоит учитывать, что метапоиск — это параллельный опрос нескольких независимых традиционных поисковых систем с возвращением результатов одним, объединенным списком без дублирования ссылок и, по возможности, улучшением частных результаты выдачи, т.е. посредник между потребителем и множеством ведущих поисковых систем [11]. Поэтому на первоначальном этапе необходимо адаптировать и внедрить программы для оптимизации работы туроператоров по детскому туризму, что в последствие позволит организовать работу системы метапоиска детских туров и экскурсий по Перми и краю. Крайне важно при этом, использовать в коммерческих структурах схожие, а желательно одинаковые системные продукты, для снижения затрат на обучение по работе с программами, возможного снижения цены на автоматизированные продукты (при оптовой покупке), а также добиться преимущественно одновременного внедрения систем автоматизации в работу операторов. Внедрение автоматизированных систем решило бы проблему статистического учета туристских потоков, стала бы доступна точная информация о количестве обслуженных школьников на экскурсионных и туристских маршрутах.

■ **Создание межрегиональных детских маршрутов, которые бы включали объекты показа Пермского края.** Межрегиональные связи регионов России дают возможность школьникам за одну поездку посетить нескольких разнообразных, самобытных регионов. Подобный опыт успешно реализуется в других регионах страны, например, в Самарской области представлен межрегиональный маршрут «Великий Волжский путь», который проходит через основные города и объекты на реке Волга: Самару, Тольятти, уникальный Национальный парк «Самарская Лука», купеческую Сызрань, столицу Пензенской области — Пензу и завершается в поэтичном Государственном Лермонтовском музее-заповеднике «Тарханы» [10]. Участие детей в межрегиональных туристских маршрутах способствуют изучению богатого историко-культурного наследия, формированию гражданско-патриотических качеств личности, расширяют кругозор, воспитывают

познавательный интерес и любовь к родному краю [6]. Для Пермского края подобные маршруты могут быть созданы совместно с соседними регионами. Так совместно с Удмуртской республикой и Свердловской областью обсуждается вопрос о создании межрегионального промышленного туристского маршрута для школьников, преследуя цели профориентации. Принято решение о разработке для организованных групп детей не менее 3-х вариантов межрегиональных промышленных туристских маршрутов с участием всех трех субъектов. Подобные проекты и их реализация необходимы как для устойчивого межрегионального обмена детей, так для и развития внутреннего туризма.

■ **Совершенствование линейки детских туристских предложений для школьников,** в основе которой может быть реестр рекомендуемых туристских маршрутов по территории Пермского края. Для этого необходимо проанализировать существующий проект реестра на наличие псевдо маршрутов, исключить их или доработать, ориентируясь на программы, предлагаемые туроператорами по следующим тематическим направлениям:

**Культурно-познавательный туризм,** классически являющийся основным в организации детского туризма, способный решать образовательные задачи, визуализируя процесс обучения и заслуживающий дальнейшего развития. Для детских организованных групп из других регионов страны туристские маршруты должны быть продолжительностью не более 2–4 дней и ориентированы на возраст детей путём деления на 3 блока для младших, средних и старших школьников. В основу формирования туров могут быть положены комбинации из экскурсионных маршрутов операторов, обеспеченные доступными по цене и отвечающими требованиям приема детей средствами размещения. В силу центрального расположения в крае, равномерной удаленности от основных региональных достопримечательностей, сосредоточения экскурсионных и инфраструктурных объектов, Пермь должна стать отправной точкой двух-трех дневных культурно-познавательных туров для детей из других регионов. В перспективе видится превращение Перми в хаб, узловой центр расхождения необычных детских туристско-экскурсионных маршрутов культурно-познавательной и образовательной направленности по Пермскому краю.

**Активный туризм** — как вид, способствующий здоровому образу жизни, как взрослых, так и детей. Пермский край обладает уникальными ресурсами для организации как регионального, так и межрегионального турпотока.

Прежде всего это развитая гидрографическая сеть и Уральские горы, которые не только дают прекрасную возможность организовать разнообразные активные виды туризма до III категории сложности, подходящие для детей, но и выступают в качестве аттрактивных туристских объектов. Решением проблемы расширения поля активного туризма для детей может стать разработка и включение в реестр эталонных активных маршрутов, которые представляют из себя безопасный маршрут в популярном туристском районе, не превышающий нормативы по сложности, продолжительности и протяженности и затрагивающие наиболее привлекательные туристские объекты [5]. Такие маршруты соответствуют приоритетным принципам организации активного туризма детей — безопасное и щадящее перемещение по признанным туристским территориям. Для развития направления и его популяризации недостаточно только разработать маршруты, необходимо увеличить число объектов инфраструктуры стационарного типа, например, туристических баз, которые станут местом сборов групп школьников для выхода на активные маршруты, предоставляют им услуги временного проживания, станут местом отдыха и развлечений.

**Рекреационно-развлекательный туризм** — как основа восстановления сил и поддержания психического здоровья детей. Разработка таких туроров видится в наиболее долгосрочной перспективе, так как в крае нет многофункциональных центров отдыха детей с возможностью размещения детских групп и формирования с их помощью полноценных развлекательных маршрутов. Начало такому направлению развития детского туризма может положить строительство современного краевого развлекательного детского комплекса с номерным фондом, куда бы приезжали дети из районов края и сопредельных территорий, создавая как внутренние, так и межрегиональные туристские потоки. Такой комплекс может стать инновационным начинанием в решении проблемы актуализации туризма на территориях регионов.

Для развития детского межрегионального туризма необходимо налаживать государственно-частное партнерство через связь туроператоров – турагентств – муниципалитетов – региональных и краевых властей. В том числе агентству по туризму и молодежной политике, центру по развитию туризма необходимо проводить работу с туристскими операторами с целью создания специальных предложений по приему детских групп и презентации региона в этом аспекте в республиках Башкирии, Удмуртии, Свердловской, Челябинской, Тюменской

областиах, что должно привести к усилению детского межрегионального обмена. Пермский край обладает значительными культурно-познавательными и природными туристскими ресурсами, которые могли бы стать объектом притяжения для школьников не только из соседних, но и более удаленных регионов, за счет создания межрегиональных маршрутов, а также развития предложений по активному туризму, как направлению, характеризующему самобытность региона, однако работа по их привлечению требует значительных усилий как от профессионалов турбизнеса, так и от администрации.

#### Библиографический список

1. Будаева О.А. «Пермский край — детям»: комплексная экскурсионно-образовательная программа, География и туризм. 2019. № 2. С. 117–121.
2. В России пройдет год детского туризма // РИА-новости, 06.07.2018 URL: <https://ria.ru/20180706/1524118077.html> (дата обращения: 22.05.2020).
3. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг // Электронный фонд правовой и нормативной документации [<http://docs.cntd.ru/document/1200083215>] (дата обращения 05.12.2019).
4. ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования. // Сайт электронного фонда правовой и нормативной документации. <http://docs.cntd.ru/document/1200157391> (дата обращения 01.12.2019).
5. Зырянов А.И., Королев А.Ю. Эталонные туристские маршруты: географический аспект «Вестник национальной академии туризма». СПб, 2008 г. № 4, С. 53–57.
6. О рекомендациях «круглого стола» по теме: «Развитие межрегиональных детских и семейных туристских маршрутов» // Тюменская областная дума: постановление от 21 ноября 2019 года № 2314 URL: <http://docs.cntd.ru/document/561610423> (дата обращения: 25.05.2020).
7. Прием в Перми // Пермский центр отдыха и туризма URL: <http://www.pcot.permr.ru/page992.html> (дата обращения 01.12.2019).
8. Создан комитет по развитию детского туризма // Агентство по туризму и молодежной политике Пермского края URL: [http://atm.permkrai.ru/about/news/3786/?phrase\\_id=4979](http://atm.permkrai.ru/about/news/3786/?phrase_id=4979) (дата обращения: 22.05.2020).
9. Мышлявцева С.Э. Туризм в Пермском крае: учеб.-метод. пособие // Перм. гос.нац. иссл. ун-т. Пермь, 2012, 140 с.
10. Туристский маршрут «Великий Волжский путь» // Каникулы.ру URL: [https://kanikuli.ru/places/velikiy\\_volzhskiy\\_put#!](https://kanikuli.ru/places/velikiy_volzhskiy_put#!) (дата обращения 05.12.2019).
11. Шпаргалка по метапоисковым системам // Информационно-аналитический ресурс «Интернетные штучки» URL: <https://internetno.net/category/shpargalki/meta-search/> (дата обращения 05.12.2019).

# РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ

**В** статье рассматривается современное состояние инклюзивного туризма — одного из новейших направлений современной туристской индустрии. Дано определение инклюзивного туризма, рассмотрены другие его значения. Рассматриваются потребители инклюзивного туризма и подходы к его организации. В статье приводится анализ современного состояния развития инклюзивного туризма, и возможности развития инклюзивного туризма в Пермском крае. Представлена целевая аудитория потребителей инклюзивного туризма и некоторые успешные примеры создания «безбарьерной среды» в зарубежных странах.

**Ключевые слова:** инклюзивный туризм, туризм без барьеров, безбарьерная среда, инклюзивные туры.

E.A. Sharonova  
Perm State University

## DEVELOPMENT OF INCLUSIVE TOURISM OF THE PERM REGION

The article considers the current state of inclusive tourism — one of the newest trends in the modern tourism industry. The definition of inclusive tourism is given, and its other meanings are considered. We consider the consumers of inclusive tourism and approaches to its organization. The article analyzes the current state of development of inclusive tourism, and the possibility of developing inclusive tourism in the Perm region. The target audience of consumers of inclusive tourism and some successful examples of «barrier-free environment» in foreign countries are presented.

**Keywords:** inclusive tourism, tourism without barriers, barrier-free environment, inclusive tours.

В современном обществе давно назрел острый вопрос об устройстве полноценной жизни людей с ограниченными возможностями. Все чаще на слуху такие термины как инклюзивное образование, инклюзивная среда, инклюзивная культура и т.д. Из многих терминов можно выбрать такое определение: инклюзия (от *inclusion* — включение) — процесс реального включения людей с инвалидностью в активную общественную жизнь. Главное не то, как люди с ограниченными возможностями здоровья реализуют себя в обществе, а как человечество относится к таким людям. Инклюзия в широком смысле этого слова включает в себя не только сферу

образования, но и весь спектр общественных отношений: труд, общение, развлечения [4]. Везде должна быть создана доступная и доброжелательная атмосфера, преодолены барьеры среды и общественного сознания. В связи с этим возникает вопрос и об инклюзивном туризме.

Интернет-источники дают нам множество ссылок на определение инклюзивного туризма. Более общее значение инклюзивного туризма в следующем — туризм, доступный для всех, независимо от постоянных или временных ограничений физических возможностей.

Для начала разберемся с тем, что значит «инклюзивность» или «инклюзия». Это такой принцип организации жизни в обществе, который позволяет участвовать в ее разных аспектах (повседневная жизнь, образование, культура и искусство) всем людям, независимо от их внешности, происхождения, гендера, состояния здоровья.

© Шаронова Е.А., 2020

Шаронова Елена Алексеевна,  
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский  
государственный национальный исследовательский университет;  
[sharonova1834@gmail.com](mailto:sharonova1834@gmail.com)

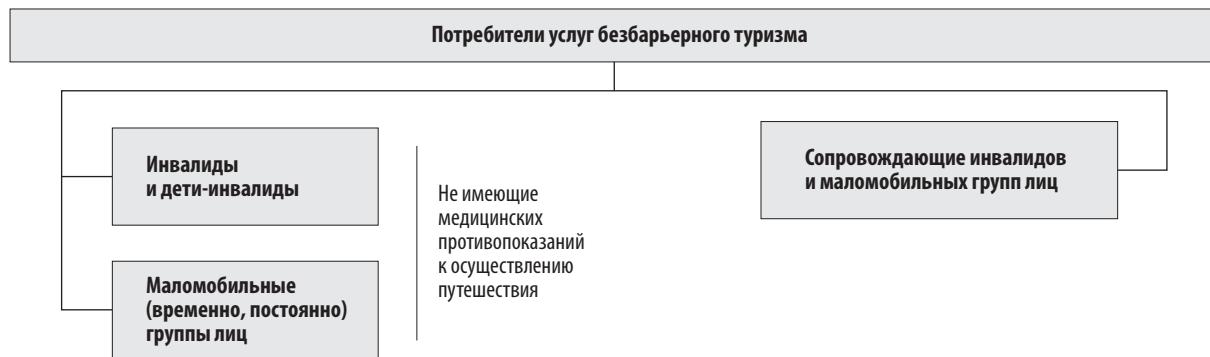


Рис. 1. Потребители инклюзивного туризма [3]

По определению Всемирной туристской организации инклюзивный туризм — это форма туризма, которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сферы туризма, который позволяет людям с ограниченными возможностями активно путешествовать. Инклюзивный туризм означает, что все путешественники могут пользоваться туристическими услугами без ограничений, независимо от других людей, на равных условиях и с чувством собственного достоинства. В частности, уделяется внимание путешественникам с особыми потребностями — доступность в передвижении, визуальная и слуховая доступность, когнитивная доступность — и определяет равный доступ к инфраструктуре, транспорту, информации и связи. Основной принцип инклюзивного туризма — функционирование любой категории граждан на равных условиях, с чувством собственного достоинства через предоставление универсальных туристических продуктов, услуг и среды [4].

В литературе также можно встретить также другие термины: туризм для всех (англ. «*tourism for all*»), туризм без барьеров или безбарьерный туризм (англ. «*tourism without barriers*», нем. «*barrier-frei tourismus*»), доступный туризм (англ. «*accessible tourism*») или доступный туризм для всех (англ. «*accessible tourism for all*»). В Российской Федерации данную сферу туристического бизнеса называют «туризмом для инвалидов».

Целевой аудиторией инклюзивного туризма выступают прежде всего люди с инвалидностью. Важное уточнение: понятие «люди с инвалидностью» включает в себя и тех, у кого физические, психические и интеллектуальные нарушения носят долговременный характер. И тех, кто попали в эту группу из-за проблем с доступом к туристическим услугам, это люди с временной инвалидностью, люди, временно передвигающиеся на костылях, пожилые люди, маленькие дети, люди маленького или высокого роста, путешественники

с тяжелым багажом. Соответственно спрос на доступность туристских услуг актуален не только для тяжелобольных, но и обычных граждан, временно имеющими ограниченные возможности.

Потребителями услуг инклюзивного туризма (рис.1.) могут быть не только сами люди с ограниченными возможностями, но и их семьи, опекуны и специально обученные сопровождающие. Н.А. Зайцева в книге «Безбарьерный туризм» приводит следующую классификацию потребителей безбарьерного туризма выделенную на основе маркетингового подхода к классификации потребителей услуг:

1. Без сопровождения (самостоятельное путешествие лиц с ограниченными возможностями).

2. Сопровождающие в виде членов семьи, опекунов, друзей и т.д..

3. Сопровождение волонтерами и спонсирование оплачиваемых сопровождающих благотворительными организациями.

4. Сопровождение людьми, привлекаемых в качестве сопровождающего для туриста с ограниченными возможностями за счет гораздо более низких цен (в большинстве случаев, это студенты или молодые люди 19–24 лет, не имеющих широких финансовых возможностей) [3].

Приведем примеры успешных проектов развития инклюзивного туризма в мире.

В Германии, с целью развития культурно-познавательного туризма, места досуга оснащены с учетом потребностей маломобильных граждан. В музеях и театрах, как правило, предлагаются кресла-коляски, которыми могут воспользоваться люди с инвалидностью. На соответствующем сайте существуют туры для отдыха людей с ограниченной мобильностью, слухом или зрением. В Австрии наибольшее развитие получил спортивно-развлекательный туризм. Горный курорт Тироль вошел в число наиболее приспособленных для инвалидных колясок районов Европы, где можно

Таблица 1

*Зарубежные страны, в которых наиболее развит инклюзивный туризм*

Название страны	Безбарьерная среда	Виды туризма
Испания	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 90%	Горно-лыжный, парусный, научно-познавательный, пляжный
Финляндия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 70%	Рейма Кантри (сафари на собаках, лошадях, четырехколесных мотоциклах, снегоходах (зимой), а также рыбная ловля, гребля, плавание на плотах и лыжи), а также гольф или в кёрлинг.
Израиль	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 85%	Культурно-познавательный, пляжный, религиозный
Греция	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 65%	Культурно-познавательный для не зрячих
Венгрия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 65%	Преобладает культурно-познавательный, пляжный, лечебно-оздоровительный
Чехия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 95%	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, осознательные тропинки в мир, организация международных фестивалей для людей с ограниченными возможностями здоровья, горно-лыжный, скутерный, интеллектуальный.
Германия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 95%	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный
Франция	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 85%	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, горно-лыжный, скутерный, интеллектуальный.
Великобритания	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 85%	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, интеллектуальный.
США	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 80%	Культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, Параолимпийские игры
Австралия	Адаптированы все элементы туристской инфраструктуры почти на 75%	Культурно-познавательный, экологический, пляжный, парусный, дайвинг

не просто беспрепятственно гулять по улицам Тироля и осматривать достопримечательности, но и подняться на определенные горные высоты и, что самое ценное, заниматься всеми доступными для них активными видами спорта на базах отдыха. Так же, есть сайты на английском языке, дающие полную информацию обо всех предоставляемых возможностях инклюзивного туризма:

- международный сайт о доступном туризме «The Accessible Planet»;
- общеевропейский сайт о доступном туризме ([www.accessibleeurope.com](http://www.accessibleeurope.com)) [4].

Многие страны разработали собственные сайты о доступности туристических объектов их страны: Великобритания ([disabledgo.com](http://disabledgo.com) и [accessibleplaces.co.uk](http://accessibleplaces.co.uk)), Италия ([accessibleitaly.com](http://accessibleitaly.com)), Франция ([accessiblefrance.com](http://accessiblefrance.com) и [accessibleparis.org](http://accessibleparis.org)), Израиль ([goisrael.com](http://goisrael.com) и [israel4all.com](http://israel4all.com)) и т.д.

Наиболее высокая эффективность развития инклюзивного туризма представлена в таблице 1 [2].

В странах Европы инклюзивный туризм — обычное явление, к специальным потребностям адаптируются автобусы и поезда, в музеях есть специальные экскурсии и даже работает отдельный специализированный туроператор *Tourism for all*. свои услуги в этой сфере предлагают множество турфирм, имеющих различные специализированные туристские программы и экскурсии для людей с инвалидностью.

В России безбарьерная среда для развития инклюзивного туризма интенсивно развивается в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи. В остальных городах России отмечены элементы зарождения инклюзивного туризма.

С 2011 года в России реализуется программа «Доступная среда» [10]. Цели этой программы — создание правовых, экономических и институциональных условий, способствующих интеграции инвалидов в общество и повышению уровня их жизни. Это комплексный процесс планирования и создания безбарьерной среды, при помощи которой люди с ОВЗ смогут быстрее приспособиться к общественной

жизни и будут чувствовать себя полноценнее и счастливее. По итогам реализации государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» с 2011 по 2019 годы можно отметить следующее:

- увеличилось количество доступных наиболее посещаемых инвалидами объектов;
- более 27 тысяч объектов приспособлены для посещения инвалидами — 67,5 % от 40 тысяч ранее отобранных регионами с участием инвалидов объектов;
- создана сеть базовых профессиональных образовательных организаций в 81 субъектах Российской Федерации, и обеспечивается функционирование 21 ресурсного учебно-методического центра;
- возросло общее количество учреждений по адаптивной физической культуре и спорту с 15 в 2011 году до 67 учреждений в 2019 году.

На российском туристском рынке, можно найти различные предложения для людей с ограниченными возможностями: «путешествия для инвалидов», «паратуризм», «инвалидный туризм», «туризм для инвалидов» «туризм глухих», «туризм слепых», «реабилитационный туризм», «коррекционно-образовательный туризм», сюда же относят и «социальный туризм» — путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды [9]. Благодаря внедрению целевой государственной программы были разработаны целый ряд рекомендаций для технического оснащения доступности объектов материальной среды, в том числе требования к сооружению пандусов, дверей, лифтов, санитарно-гигиенических помещений, информационных указателей, парковок и т.д.

Нужно отметить, что в Москве 4 декабря 2019 года в Экспоцентре прошла Всероссийская конференция «Россия — доступная страна» в рамках международного форума «Инклюзия-EXPO» по развитию доступного туризма, организованная Ростуризмом. На ней обсуждались проблемы внедрения принципов инклюзивности в российские турпродукты. Также были анонсированы перспективные проекты в этой сфере. Главными проблемами при организации путешествий для людей с ограничениями эксперты назвали отсутствие системного подхода, отсутствие соответствующей нормативной базы и централизованной информации о маршрутах и объектах, способных принимать клиентов такого рода. По результатам работы Всероссийской конференции «Россия — доступная страна» была принята резолюция, в которой содержатся рекомендации туристическим администрациям субъектов Федерации. В частности, предлагается разработать методологию для туроператоров, ТИЦ

по оценке доступности объектов размещения для людей с инвалидностью. Также планируются обучающие мероприятия для представителей турииндустрии по взаимодействию с людьми с ограниченными возможностями. Так же в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года прописана реализация мер по созданию и развитию инфраструктуры для туристов с ограниченными возможностями, такие как: обеспечение доступности туристских объектов для такой категории туристов, развитие безбарьерной среды, совершенствование системы навигации и ориентирования в сфере туризма и информационных сервисов для инвалидов, которые способствуют формированию туристского продукта для туристов с ограниченными возможностями [7].

Турпродукт для туристов с ограниченными возможностями доступен, если доступны все его элементы: грамотно разработанный турпродукт; достоверная и обновленная информация доступная целевой аудитории; дополнительные сервисы для туристов с инвалидностью, (сервисы по ремонту и замене протезов и оборудования, ветеринарные клиники для собак-поводырей, а также пункты оказания специализированной медицинской помощи).

Таким образом при организации туристических поездок для лиц с особыми потребностями очень важна разработка социально ориентированной туристской дестинации, где обеспечивались бы такие аспекты, как доступность, безопасность и «комфортная среда». Однако туристские продукты, созданные туристскими агентствами, не всегда могут удовлетворить потребности лица с инвалидностью. Это связано в первую очередь с отсутствием доступной инфраструктуры, а также нехваткой знаний и навыков работы с туристами с особыми потребностями у работников индустрии туризма и гостеприимства. Следует отметить такое понятие в разделе инклюзивного туризма, как «адап-тур инклюзив», подразумевающее включение комплекса взаимоотношений медико-физиологического и социально-психологического характера, которые составляют основу туристской равноправной деятельности при сопровождении процесса потребления туристских услуг лицами с ограничением жизнедеятельности.

В Пермском крае 14 ноября 2019 года состоялось совещание по итогам проведения экспертных экскурсионных туров для людей с ограниченными возможностями здоровья, организованных Агентством по туризму и молодежной политике Пермского края, совместно с Центром развития туризма Пермского края. Совещание включало в себя обсуж-

дение особенностей организации инклюзивных туров, а также рассмотрение вопросов улучшения инфраструктуры и проведения иных мероприятий по усовершенствованию маршрутов [8].

На территории Пермского края с 24 октября по 7 ноября 2019 года были организованы 4 пилотных тура для людей с ограниченными возможностями. Первый экспертный тур был организован для людей с инвалидностью, передвигающихся на креслах-колясках. Участники данного тура познакомились с историей купеческого города Кунгура, а также посетили этнографический парк «Деревня Ермака» и Кунгурскую ледяную пещеру. Вторая специальная обзорная экскурсия по Перми под названием «Пермский ПАРАДВИЖ» открыла для людей с нарушениями зрения уникальную возможность поближе познакомиться с историей города. Участникам было предложено погрузиться в 3D-звук и совершенно по-новому услышать окружающую городскую реальность прошлых лет во время действия небольшого аудиоспектакля «Дух города». Третий тур — интерактивная экскурсия в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка» для людей с нарушениями слуха. Во время её туристы познакомились с историей солеварения, посетили наиболее известные усадьбы и памятники музея, а также приняли участие в народных играх и ремесленных мастер-классах. Четвертая экскурсионная программа была организована под названием «Лошади и хаски», которая проходила на территории конноспортивного клуба «Престиж». Участники экскурсии с ментальными нарушениями получили множество положительных эмоций от общения с животными, и узнали много интересных фактов об их характере и среде обитания.

Все эти пилотные туры были организованы с целью определения уровня готовности туристических продуктов, наличия адаптированной инфраструктуры, а также формирования рекомендаций для последующего включения в туристические предложения туроператоров. Готовность к проведению и организации серии экспертных туров для людей с ограниченными возможностями здоровья выразили следующие туроператоры Пермского края: ООО «Туристическая компания «Финист Тревел», ООО «Мир экскурсий», туристическая компания «Калина», ООО «Центр туристско-экскурсионной деятельности», а также проект «Слушая город — Пермь». Экскурсанты высоко оценили уровень сервисного обслуживания в объектах питания, уровень организации тура, работу экскурсовода, а также информативность и насыщенность поездки. Следует отметить, что многие экскурсанты считают данный маршрут

достаточно интересным и весьма доступным для маломобильных граждан, однако требующим некоторых доработок [6].

Музейная среда Перми так же трансформируется под «безбарьерный туризм». Главным показателем является информационная доступность, наличие адаптированных музейных экспозиций и образовательных программ. Например, Пермская государственная художественная галерея имеет давние связи с Пермским отделением Всероссийского общества слепых, внедряет инклюзивные образовательные программы: «Видеть музыку», «Слышать краску». Сотрудники галереи создают временные выставки, используют тактильные экспонаты, муляжи, рельефно-графические копии картин. Государственный музей современного искусства PERMM проводит бесплатные экскурсии для организованных групп инвалидов. В 2019 году музей реализовывал проект, направленный на знакомство и включение посетителей с инвалидностью в пространство современного искусства — «Инклюзивная интервенция». Литературный музей «Дом Пастернака» (пос. Всеволодо-Вильва, Пермский край) реализовал проект «Сад поэта. Взаимодействие» инклюзивную ландшафтную экспозицию для слабовидящих. По мнению А.В. Фирсовой, музейные проекты, направленные на создание доступной среды для людей с инвалидностью по зрению, должны включать следующие мероприятия и технологии: а) обеспечение инфраструктурной доступности; б) адаптация экскурсионных программ при консультации сотрудников реабилитационных учреждений; в) взаимодействие людей с ОВЗ с обычными посетителями, приемы обратной инклюзии; г) использование специально изготовленных тактильных экспонатов, бытовых предметов, радиофикации, аудиогидов; д) разработка интерактивных творческих программ [11].

Что касается детского оздоровительного отдыха в Пермском крае национальная ассоциация развития образования «Тетрадка дружбы» открыла инклюзивный лагерь «Новый город Дружный» для развития и адаптации детей с разными особенностями. На сайте Министерства социального развития Пермского края в Реестре организаций отдыха детей и их оздоровления на 2020 год обеспечение доступности услуг для детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья возможны пока только в восьми загородных лагерях из 63 Пермского края [5].

А по данным сайта booking.com на поисковый запрос о наличии номеров удобства для гостей с ограниченными возможностями оказалось 16 средств размещения в г. Перми.

Такими специализированными номерами располагают гостиницы «Урал», «Four elements», «Park-Hotel», а также апартаменты «Abri Luxe», «Манхэттен» и несколько других.

Нужно отметить, что в целях развития доступной туристской среды для людей с ограниченными возможностями здоровья и стимулирования развития инклюзивного туризма в рамках подпрограммы «Туризм» государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», предоставляются различные гранты, в том числе реализацию социальных проектов, направленных на создание и развитие доступной туристской среды для людей с ограниченными возможностями здоровья, стимулирование развития инклюзивного туризма (оборудование пандусов, подъемников, адаптационные работы по созданию безбарьерной среды и т.п.);

Несомненно, что организация инклюзивных туров способствует развитию внутреннего туризма на территории Пермского края — так как вместе с людьми с ОВЗ путешествуют члены семьи и сопровождающие. Необходима тщательная работа по организации инклюзивных туров, адаптации инфраструктуры и подготовке квалифицированных специалистов по работе с туристами с особыми потребностями. К сожалению, практика инклюзивного туризма испытывает сложности с доступностью среды, и таким образом тормозит его развитие. Так же к проблемам развития инклюзивного туризма нужно отнести отсутствие единой базы объектов для инвалидов; отсутствие каталогов и реестров; практически невозможно на основных туристских интернет ресурсах найти нужную информацию о видах размещения и туристских программах и о способе трансфера к ним. Российский рынок пока не демонстрирует многообразие участников как со стороны компаний, предоставляющих

услуги, так и со стороны потребителей, и, как следствие, конкуренция в инклюзивном туризме практически отсутствует. Причиной этого факта является слабая развитость направления и низкой экономической активностью лиц с ограниченными возможностями.

#### **Библиографический список**

1. Борисенко-Клепач Н.М. Инклюзивный туризм: что, как и зачем?// электронная библиотека БГУ. 2016. Официальный сайт. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/170416> (дата обращения 25.05.2020).
2. Белоусова Н.В. Зарубежный опыт популяризации инклюзивного реабилитационно-социального туризма // Туризм и гостеприимство. 2019. №1. С. 36–45.
3. Зайцева Н.А. Безбарьерный туризм. М.: Кнорус, 2009. 176 с.
4. Елина Д.Д., Задумкина Е.А., Пахолкина Т.М. Инклюзия в понимании современного общества // Журнал. Проблемы и перспективы современной науки. 2016. №14. С. 71–75.
5. Оздоровительная кампания детей в Перми [Электронный ресурс] URL: <https://www.gorodperm.ru/actions/social/family/camp/>.
6. Пермь великая Официальный сайт URL: <http://visitperm.ru/> (дата обращения 30.05.2020).
7. Программа «Доступная среда» [Электронный ресурс] URL: <https://rosmintrud.ru/ministry/programs/3/0> (дата обращения 30.05.2020).
8. Путешествия доступны каждому! Агентство по туризму и моложеной политике Пермского края. [Электронный ресурс] URL: <http://atm.permkrai.ru/> (дата обращения 30.05.2020).
9. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 132-ФЗ от 24.11.96 г.
10. Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт. URL: <https://www.russiatourism.ru/news/> (дата обращения 30.05.2020).
11. Фирсова А.В., Григорьева М.И. Туризм для людей с инвалидностью по зрению: подходы к созданию доступной музейной среды. // География и туризм. 2019. Вып. 2. С. 142–147.

**Н.В. Харитонова, В.В. Жуланова**

Пермский государственный национальный исследовательский университет

**УДК 911.375.6**

# РЕКРЕАЦИОННОЕ БЛАГОУСТРОЙСТВО МАЛОГО ГОРОДА (на примере г. Добрянка Пермского края)

**Р**ассмотрены понятия рекреация и рекреационные ресурсы, выявлена взаимозависимость эволюции их развития и понятийного наполнения, отмечено, что в современном понятии рекреации усилен акцент на эстетические свойства природных, культурно-исторических и культурных объектов и материалов. Выявлены мировые тенденции развития рекреации, среди которых есть формирование систем кратковременного отдыха горожан, что объясняет и актуализирует обращение авторов к рекреационному обустройству города. Представлена структура рекреационного времени в жизни человека, свидетельствующая, что большую часть свободного времени человек использует на ежедневный и еженедельный отдых. Дано характеристика г. Добрянки и его рекреационного пространства, раскрыто содержание и обязательные элементы рекреационного благоустройства малого города. Определены некоторые подходы к проектированию благоустройства городского парка, нацеленного на достижение рекреационной и туристской привлекательности Добрянки.

**Ключевые слова:** *рекреация, рекреационные ресурсы, свободное время, благоустройство, проектирование.*

**N.V. Kharitonova, V.V. Zhulanova**  
Perm State University

## RECREATIONAL IMPROVEMENT OF THE TOWN (A CASE STUDY OF DOBRYANKA IN PERM KRAI)

The concepts of recreation and recreational resources are considered and the interdependence of their development and their content were revealed in the study. It is argued that the modern concept of recreation focuses on aesthetic properties of natural, cultural, historical and cultural objects and materials. The world trends in recreation improvement have been identified, among which is the formation of short-term rest systems for citizens. All this shows and explains the authors' attention to the recreational arrangement of the town. The structure of recreational time in human life is analyzed. Recreational time analysis shows that a person uses most of their free time for daily and weekly rest. The characteristic of the town of Dobryanka and its recreational space is described, the content and necessary elements of recreational improvement of the town are analyzed. Several approaches to the design of the town park aimed at achieving the recreational and tourist attractiveness of Dobryanka are identified.

**Keywords:** *recreation, recreational resources, free time, improvement, projection.*

Рекреация — одна из основных дефиниций рекреационной и социально-экономической географии. В самом общем виде это совокупность отношений и явлений, возникающих

в процессе использования свободного времени для оздоровительной, культурно-познавательной, спортивной и другой подобной деятельности. В начальный советский период рекреацию связывали, прежде всего, с оздоровлением на специализированных территориях, пригодных по своим климатическим, лечебным характеристикам для размещения санаториев, курортов, бальнеологических лечебниц [8].

С конца 60-х годов 20-го века к рекреационным ресурсам стали относить не только места оздоровления, но и туризма, произрастания декоративных видов флоры и фауны, красивые

---

© Харитонова Н.В., Жуланова В., 2020

**Харитонова Нина Викторовна,**  
к.э.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный  
национальный исследовательский университет (ПГНИУ);  
*nina3747@mail.ru*

**Жуланова Влада Викторовна,**  
магистрант кафедры туризма, Пермский государственный  
национальный исследовательский университет,  
*zhulanova-vlada@yandex.ru*

Таблица

*Структура рекреационного времени в жизни человека [11]*

Виды рекреационного времени	Продолжительность	
	тыс. часов	доля, %
Инклюзивное (в течение рабочего дня)	20,0	4,0
Ежедневное (после работы)	204,4	40,0
Уик-энд (в конце рабочей недели)	178,1	34,8
Отпускное	40,3	8,0
Пенсионное	70,1	13,2
<b>ИТОГО</b>	<b>512,9</b>	<b>100,0</b>

ландшафты и т.п. Позже Б.Б. Родоман посоветовал относить к рекреационным ресурсам элементы географической среды, используемые для отдыха [13]. Появляется понятие рекреационное хозяйство, где используются природные, природно-технические и социально-экономические геосистемы и их элементы [1]. В связи с этим заостряется внимание на критериях включения определенных элементов природы в состав естественных ресурсов: техническую возможность, определенный уровень изученности, экономическую необходимость и целесообразность их использования [7]. Расширенное представление о рекреационных ресурсах находим в учебнике Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебова «Рекреационная география». Рекреационные ресурсы, по мнению авторов, представляют собой полноценные составляющие как географической, так и антропогенной среды, пригодные для организации рекреационных занятий в силу своих эстетических свойств (的独特性, историческая и художественная ценность, оригинальность, целебная и оздоровительной значимость) [9]. Эстетическая компонента рекреационных ресурсов исключительно важна и ей уделяют большое внимание современники [5, 15], считая эстетическое созерцание высшим проявлением духовной деятельности, содействующим личностному саморазвитию. Особая роль отводится общению с природой, полагая, что оно укрепляет человека, дает ему силы жить, а главное — испытать целую гамму редких и потому очень ценных чувств ликования, восхищения, восторга и радости.

Обобщая вышеизложенное, можно утверждать, что эволюция понятия рекреации тесно связана с развитием представлений об обеспечивающих её ресурсах, которые, по мнению большинства исследователей, включают:

- природные комплексы географической среды и их составляющие (рельеф местности, климат, водоемы, растительность, ландшафты, фауна и др.);
- эстетические свойства природных, культурно-исторических и культурных объектов и материалов;

▪ экономический базис территории, включая хозяйственную инфраструктуру, человеческие ресурсы, обеспечивающие материальную и сервисную стороны любого рекреационного занятия.

Наличие и рациональное сочетание перечисленного даёт возможность организовать успешную рекреацию на большинстве территорий, включая города. Подтверждение этому находим в мировых и отечественных тенденциях развития рекреации [11]. К таким устойчивым направлениям развития современной рекреации как ориентация на территориальный спрос при создании мест отдыха и стремление к их круглогодичному использованию за счёт комфорта и сезонного удешевления, присоединилось стремление создавать и активно использовать национальные, природные парки, лесо-, луго-парки для разнообразного всесезонного отдыха на природе, а также формирование системного кратковременного отдыха горожан.

Нацеленность на организацию отдыха жителей городов не случайна. Если посмотреть на свободное время человека, то можно увидеть, что большое количество свободного времени человек использует на ежедневный и еженедельный отдых (табл.).

В условиях убыстряющегося темпа жизни, особо необходимо думать и изыскивать возможности отдыха в городе, чтобы человек мог позволить себе качественный отдых во время работы, после работы, в выходные дни, не уезжая за его пределы. Достичь этого можно путём активного включения в городскую среду мест рекреации, осуществления её рекреационного благоустройства.

В настоящее время внимание к организации городского пространства, нацеленного на отдых, возросло, но в основном в больших городах. Тем временем, в России в 2019 г. насчитывалось 792 малых городов с численностью населения до 50 тысячи человек [6]. Созданию постоянных мест отдыха в таких городах не уделяют должного внимания, ограничиваясь проведением общепринятых празднеств и торжеств, рассматривая их как формы рекре-



Рис. Рекреационные зоны Добрянского городского поселения

ации. К таким городам относится г. Добрянка Пермского края, с населением 32 тысячи человек. Город расположен в 61 км к северу от Перми, на реке Кама. Особенность географического положения города исторически рассматривалась как основа производственной специализации города. Во второй половине XX века, было принято решение строить в Добрянке Пермскую ГРЭС. Размещению электростанции здесь способствовало наличие воды, транспортных путей, рабочей силы, близость Перми. Сегодня Пермская ГРЭС занимает четвёртую позицию в списке тепловых электростанций России по установленной мощности, и является визитной карточкой города в крае.

Современная Добрянка — это в основном благоустроенный город, который имеет все ресурсы для дальнейшего развития. Залог тому — возведение многоквартирных домов, строительство современной автодороги до краевого центра, зарождение новых промышленных предприятий, ориентированных на производство оборудования для нефтяной отрасли. К сожалению, проектирование и строительство рекреационных зон не входит в основные градостроительные задачи. Но, как и в любом городе, в соответствии с Правилами землепользования и застройки Добрянского городского поселения, рекреационные зоны выделены. Большая часть рекреационного пространства сосредото-

чена на одной территории. В состав зон рекреационного назначения включена зона естественного ландшафта (Р-2, рис.) и зона учреждений спорта и отдыха (Р-3, рис.) на территории которой расположен известный санаторий «Уральская Венеция» и спортивный стадион. Здесь же находится городской пляж. В рекреационную зону городских лесов, парков и скверов, набережных входит городской парк (Р-1, рис.).

Границы парка: на севере — база отдыха «Дедюха», на территории которой расположено 5 экодомиков, большая и малая баня, летом предоставляется стоянка для катеров и яхт. На северо-западе — береговая линия реки Кама; на юго-востоке — двухполосная прямая дорога, которая отделяет парк от жилой и общественно-деловой зоны, на юго-западе — городская набережная с песочным покрытием, санаторий и спортивный стадион; на юге — городская больница. В парке произрастают сосны. В глубине парка частично оборудован родник, а местными жителями протоптаны дорожки.

Визуальный осмотр парка Добрянки подтверждает, что в малых городах не уделяют внимание рекреационному пространству, так как то, что считается парком, больше похоже на лесной массив. Тропинки не оборудованы, что исключает возможность гулять с коляской или маломобильным гражданам. Отсутствует навигация и освещение, нет уходных вырубок леса и многое другое. Не определяются и эстетические качества парковой территории, которые играют большую роль в эмоциональной принадлежности к месту проживания, то есть родному городу. Включенные в городское пространство элементы природной среды оказывают воспитательное воздействие на человека, превращает природу в ценность, выходящую за рамки его повседневной жизни.

Превращение лесного массива в действительно Городской парк — центр отдыха населения и гостей — будет большим достижением рекреационного благоустройства Добрянки. По мнению учёных, исследователей проблем обустройства городского пространства [14], благоустройство должно выполнять следующие задачи: не допускать конфликта с природой и историческими ценностями; сочетать новые и старые образцы прекрасного; удовлетворять, а не подавлять материальные и духовные потребности жителей. Однако достижение перечисленных безупречно верных задач на практике проходит в рамках выполнения требований ряда законодательных, подзаконных актов и рекомендаций методического характера [2, 3, 12].

Согласно Приказу Министерства регионального развития РФ от 27 декабря 2011 г. № 613 «Об утверждении Методических рекомендаций

по разработке норм и правил по благоустройству территорий муниципальных образований», благоустройство территории — комплекс мероприятий по инженерной подготовке и обеспечению безопасности, озеленению, устройству покрытий, освещению, размещению малых архитектурных форм и объектов монументального искусства. К элементам благоустройства территории относятся декоративные, технические, планировочные, конструктивные устройства, растительные компоненты, различные виды оборудования и оформления, малые архитектурные формы, некапитальные нестационарные сооружения, наружная реклама и информация, используемые как составные части благоустройства.

Как правило, обязательный перечень элементов благоустройства на территории многофункционального парка включает: твердые виды покрытия (плиточное мощение) основных дорожек и площадок; озеленение; водные устройства (водоемы, фонтаны); скамьи; урны и малые контейнеры для мусора; ограждение (парка в целом, зон аттракционов, отдельных площадок или насаждений); оборудование площадок; осветительное оборудование; носители информации о зоне парка или о парке в целом. Возможно также размещение некапитальных нестационарных сооружений мелкорозничной торговли и питания, туалетных кабин. Представляется, что в современных условиях слово «возможно» должно быть заменено на «обязательно». Трудно представить комфортный отдых без такого элементарного и привычного для горожан сервиса.

При размещении объектов благоустройства парка следует применить определенную типологию зонирования парка. Начнем с определения зон парковой территории — это характерные территориальные единицы или районы, где должны размещаться места отдыха на основе градостроительной ситуации, особенностей ландшафта местности, анализа природно-климатических условий. При проектировании и строительстве парков предлагается выделять несколько обязательных зон [10], и устанавливать определённое соотношение их территории в процентах от общей площади парка:

- зона массовых мероприятий (зрелища, аттракционы) — 5–17%;
- зона культурно-просветительных мероприятий — 3–8% ;
- зона спорта (физкультурно-оздоровительных мероприятий) — 10–20%;
- зона отдыха детей — 5–10%;
- прогулочная зона (зона тихого, пассивного отдыха, зона для людей с ограниченными возможностями) — до 40% (в малых по величине парках);

- хозяйственно-административная зона — 2–5%.

Таким образом, парк становится таковым, когда он отвечает целому ряду требований, правил и норм по благоустройству территорий муниципальных образований.

Для того чтобы превратить то, что сейчас называют парком, а по сути лесной массив в действительно городской парк нужен проект, нацеленный на достижение рекреационной привлекательности Добрянки для жителей и туристов. Успешность таких проектов во многом определяется предварительной разработкой ценностей и принципов проектирования, руководство которыми позволит перевести территорию в новое качественное состояние. В нашем случае, когда речь идет о создании и благоустройстве рекреации малого города проект парка должен разрабатываться на основе следующих подходов:

- исходить из современного понимания места рекреации, как географической среды, сочетающей эстетические и оздоровительные свойства, обусловленные её расположением и ландшафтом. Такой подход даст возможность сориентироваться в вопросах экsterьера парка, интерьера планируемых объектов с тем, чтобы создать образ паркового отдыха в определенной эмоциональной тональности. Для рассматриваемого места, скорее всего, подойдет синтонная тональность, сочетающая речную гладь, тишину леса, неспешную жизнь малого города с прогрессом в экономическом и культурном развитии города и страны (цифровое оформление, Wi-Fi, интерактивные площадки и др.);

- создавать парк не только как природно-ландшафтную и архитектурно-пространственную структуру, но как эстетическую, когда красиво то, что разумно,rationально, удобно, общественно значимо для жителей и гостей города.

- понимать, что благоустройство не только регламентированный, но и творческий процесс, направленный на создание именно того, что понравится жителям города, обрадует, вызовет улыбку и желание постоянно приходить в это место. Как говорят мудрецы: «Парк — это улыбка города», его смайлик, скажем мы;

- зонировать территорию парка не формально, а с учётом конкретных целей и задач проекта, обеспечивая комфортность, безопасность парковой среды и что особенно важно для современной городской рекреации — возможность отдохнуть в любое свободное время, даже в инклюзивное, если люди работают недалеко.

Создание в малых городах новых привлекательных объектов культуры и отдыха,

не только повысит качество жизни населения, внесёт в неё новый позитивный эмоциональный настрой, но со временем поможет стать туристско-рекреационным центром муниципального района.

#### Библиографический список

1. Багрова Л.А. Рекреационные ресурсы / Л.А. Багрова, Н.В. Багров, В.С. Преображенский. М.; 1977. — 296 с.
2. Добрянское городское поселение. Документы. Правила землепользования и застройки Добрянского городского поселения Добрянского муниципального района Пермского края, утвержденные решением Думы Добрянского городского поселения от 20.11.2015 № 280. URL: <http://dobryanka-city.ru/> (дата обращения: 20.03.2020).
3. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 № 136-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_33773/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/) (дата обращения: 22.04.2020).
4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: 2004.
5. Куликова А.Е. Эстетика природы и ее роль в формировании личности / А.Е. Куликова. Текст: непосредственный, электронный // Молодой ученик. 2012. № 4 (39). С. 209–212. URL: <https://moluch.ru/archive/39/4451/> (дата обращения: 28.04.2020).
6. Малые города в России. URL: [http://xn----7sbiewbaadnemata7p.xn--p1ai/reytin\\_cities.php?name=%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8B%D0%B5](http://xn----7sbiewbaadnemata7p.xn--p1ai/reytin_cities.php?name=%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8B%D0%B5) (дата обращения: 27.04.2020).
7. Минц А.А. Экономическая оценка естественных ресурсов / А.А. Минц. М.: «Мысль», 1972. с. 303.
8. Мироненко А.Е. География населения с основами демогеографии и этнографии / А.Е. Мироненко. М.: Флинта, 2012. С. 289.
9. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М., Изд-во Московского ун-та, 1981 г.
10. Нарута Я.С., Шумейко Ю.Д. Теоретические аспекты реконструкции городских парков культуры и отдыха как объектов социокультурной среды. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 12–2. С. 326–329.
11. Определение понятий рекреация, рекреационный комплекс и взаимосвязь этих понятий. URL: <http://samzan.ru/109767> (дата обращения: 28.04.2020).
12. Приказ Министерства регионального развития РФ от 27 декабря 2011 г. № 613 «Об утверждении Методических рекомендаций по разработке норм и правил по благоустройству территорий муниципальных образований».
13. Родоман Б.Б. Рекреационные ресурсы и конструктивное районирование отдыха / Б.Б. Родоман // Географические проблемы отдыха и туризма. — М.: ИГАН, 1969.
14. Середа Т., Мягченко Г.Ю. Эстетическая визуализация городского пространства. URL: [http://analiculturolog.ru/journal/archive/item/463-article\\_46-4.html](http://analiculturolog.ru/journal/archive/item/463-article_46-4.html) (дата обращения: 28.04.2020).
15. Эстетическая оценка ландшафтов. URL: <https://lektssi.org/11-9626.html> (дата обращения: 28.04.2020).

**В.В. Диулина**

Южный федеральный университет

**УДК 911.375.6**

# ВЛИЯНИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА (на примере г. Азова Ростовской области)

**Н**а данный момент на туристскую отрасль оказывается максимальное давление, она находится в стадии стагнации, в связи с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19). На первый план выходит развитие внутреннего туризма. И это не удивительно, учитывая, какие размеры имеет наша страна и насколько она богата и разнообразна историко-культурными, природными, рекреационными объектами, каждый турист сможет найти место и занятие себе по душе. В настоящее время созданию комфортной городской среды уделяется значительное внимание. В период с 2017 по 2020 гг. реализуется приоритетный проект под названием «Формирование комфортной городской среды». Основной целью является создание условий для системного повышения качества и комфорта городской среды на всей территории Российской Федерации путем реализации ежегодно комплекса первоочередных мероприятий по формированию комфортной городской среды в субъектах Российской Федерации, реализации к 2020 году 400 комплексных проектов по благоустройству и обучения 2000 специалистов. Цель статьи показать, что иметь комфортное городское пространство могут не только города-миллионники, но и небольшие провинциальные города.

**Ключевые слова:** *туризм, городская среда, развитие.*

**V.V. Diulina**

Southern Federal University

## INFLUENCE OF THE URBAN ENVIRONMENT ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF AZOV, ROSTOV REGION

At the moment, the tourism industry is under maximum pressure, it is in a stagnation stage, due to the spread of coronavirus infection (COVID-19). The development of domestic tourism is coming to the fore. And this is not surprising, given the size of our country and how rich and diverse it is in historical, cultural, natural, and recreational facilities, every tourist will be able to find a place and activity to theirliking. A tourist today is used to comfort, rest and beautiful pictures that can be published instantly on their page in social networks. Modern conditions dictate the requirements to have a developed and convenient urban environment to maintain competition and attract tourist flow. Currently, considerable attention is paid to creating a comfortable urban environment. In the period from 2017 to 2020 a priority project called «Creating a comfortable urban environment» is being implemented. The main goal is to create conditions for a systematic improvement of the quality and comfort of the urban environment throughout the Russian Federation by implementing a set of priority measures every year to create a comfortable urban environment in the regions of the Russian Federation, implementing 400 comprehensive improvement projects by 2020, and training 2,000 specialists. The purpose of my work is to show that not only cities with millions of people can have a comfortable urban space, but also small provincial cities.

**Keywords:** *tourism, urban environment, development.*

Наличие развитой и комфортной городской среды может положительно влиять на развитие туризма в стране. Умея правильно спроектиро-

вать или реконструировать пространство в городе, можно его сделать удобным как для повседневной жизни, так и для гостей города. Актуальность темы заключается в том, что сегодня городу недостаточно иметь историко-культурный потенциал для привлечения туристов. Необходимо иметь развитую и удобную городскую среду, которая позволит быть мобильным.

© Диулина В.В., 2020

**Диулина Виктория Велихановна,**  
студент магистратуры направления подготовки «Туризм»,  
Южный федеральный университет;  
*koshel.victoria@mail.ru*

В свете последних событий в стране и мире, с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19) внутренний туристский поток вырастет и это благоприятно скажется на начинании процессов развития городской среды. Привлекательные для внутреннего туризма города смогут использовать данную ситуацию и развить городскую среду, стать удобными и комфортными для туриста, предложить ему благоустроенные пешеходные улицы, садово-парковые зоны, спортивно-оздоровительные площадки и дорожки, разнообразную сферу услуг в виде объектов общественного питания, ресторанов и кафе, объектов размещения. Смогут стать клиентоориентированными среди конкурентов, привлечь туристской поток в свой город. А это в свою очередь окажет влияние на экономику города, муниципальные службы, сферу услуг, логистику, сельское хозяйство, занятость населения и т.д. Туризм — это одна из динамичных отраслей экономики, которая взаимодействует и влияет на остальные сферы государства.

Цель статьи — познакомить с тем, как городская среда влияет на развитие туризма в небольших провинциальных городах, на примере города Азова Ростовской области. Задачи — показать какими средствами и способами благоустраивается городская среда города Азова, как эти преобразования влияют на его аттрактивность; дать сравнительную характеристику благоустройства в крупных городах и небольших; показать, что в связи с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19) в мире, ценность развития городской среды в России многократно возросла, так как выездной туризм для наших граждан временно ограничен, а потребность в путешествии осталась. Методы исследования: анализ и синтез, статистическая обработка данных, методы логического моделирования и принципы системного подхода.

В настоящее время созданию комфортной городской среды уделяется значительное внимание. В период с 2017 по 2020 гг. в стране реализуется приоритетный проект под названием «Формирование комфортной городской среды». Основной целью является создание условий для системного повышения качества и комфорта городской среды на всей территории Российской Федерации путем реализации ежегодно комплекса первоочередных мероприятий по формированию современной комфортной городской среды в субъектах Российской Федерации, реализации к 2020 году 400 комплексных проектов по благоустройству и обучения 2000 специалистов.

Согласно приказа Минстроя России от 31 октября 2017 г. № 1494/пр, под **городской средой** подразумевается совокупность природных, архитектурно-планировочных, экологических и других факторов, формирующих среду обитания на определенной территории и определяющих комфортность проживания на этой территории [13]. Создание городской среды — сложный и комплексный процесс, в котором взаимодействуют различные структуры и специалисты. Не стоит забывать, что комфортная городская среда способна влиять на психологическое, физическое, социально-культурное состояние жителей и гостей конкретного города. Например, визуально привлекательные и удобные для перемещения участки городской среды способны оказывать положительное воздействие на состояние на человека, так как окружающий ландшафт всегда виден, его невозможно избежать, пересекая кварталы города.

Очень важно, чтобы для развития такой среды, особенно общественно-культурного пространства, местные жители привлекались к взаимодействию с администрацией города, специалистами проекта, чтобы они определяли приоритетные направления данных программ.

Исходя из выше сказанного, становится очевидным, что при проектировании современной городской среды, важно учесть и проанализировать множества условий: как меняется образ жизни современного человека с учетом влияния внешних факторов, как изменяется мобильность населения. Важно помнить, что город — это пространство, в котором горожане учатся, работают и самое важнее отдыхают, проводят свободное время и принимают туристов. Все это отражается на рекреационных потребностях и на необходимости формирования рекреационного пространства нового типа.

Конечно, у нас в стране есть города, в которых городская среда выведена на новый современный уровень. Например, Москва — город с богатым историко-культурным потенциалом. Для анализа развития городской среды мы можем взять как пример комплекс бульваров под названием «Бульварное Кольцо». Он участвовал в крупнейшем проекте благоустройства в современной истории Москвы под названием «Моя улица» [5, 6]. Главная задача — создать комфортную городскую среду и сделать Москву местом, удобным для жизни. Из значимых изменений, которые были произведены, можно выделить следующие нововведения: на протяжении всего Бульварного кольца

с улиц убралась лишняя реклама, что позволило сохранить уникальный исторический облик бульваров, расширены тротуарные зоны, опущены коммуникации под землю, что позволило добиться эффекта «чистого неба», появились велосипедные дорожки, изменилось пространство парковочных мест для автомобилей и т.д. Стоит отметить, что Москва получила приз в номинации «Лучшее туристическое направление. Город» на одной из самых престижных международных премий в турииндустрии World Travel Awards в 2019 г.

Хочется привести еще один пример, показывающий, что не только города-миллионники могут изменять и развивать городское пространство, способное привлекать туристов, но и небольшие провинциальные города, с численностью населения и объемом инвестиций на порядок ниже, могут быть интересны для внутреннего туризма.

В городе Азове Ростовской области богатый историко-культурный потенциал, который способен влиять на развитие внутреннего туризма в стране. Именно через него проходит межрегиональный туристский маршрут под названием «Золотое кольцо Боспорского царства». В данный проект входит всего 12 городов и поселков России и среди них, Азов. Разве это не повод гордиться своим городом, говорить об его эксклюзивности? В ходе посещения города гости могут познакомиться с историей и культурой региона, побывать в археологическом музее заповеднике Танаис и Азовском историко-археологическом и палеонтологическом музее-заповеднике. В городе развит событийный туризм, ежегодно проходит фестиваль «Осада Азова 1641», который привлекает туристов из разных городов России [3, 4]. Город удачно расположен в 39 км. от Ростова-на-Дону, где расположен главный железнодорожный вокзал и международный аэропорт. Не стоит забывать и про то, что рядом с ним проходит федеральная автомобильная дорога М4 «Дон» Москва – Воронеж – Ростов-на-Дону – Краснодар – Новороссийск, по которой транзитные туристы едут на побережье Черного моря. Часть маршрута проходит через платные автомобильные участки и для экономии денежных средств, при построении маршрутов, используется обездная дорога через город Азов. Тем самым город становится привлекательным и для транзитных туристов. Продолжая морскую тематику так же невозможно не упомянуть, что через Азов проходит дорога и на Азовское море. Азовское побережье всегда было излюбленным курортом для большого числа

людей и наиболее доступной зоной для полноценного семейного отдыха. Азовское море можно рассматривать как альтернативу для туристов, которые не хотят дальних поездок и предпочитают тихий, спокойный, семейный отдых. Город Азов имеет туристский потенциал, у него богатая, яркая и долгая история, которая так же задействуется для привлечения туристского потока.

Современный Азов постепенно меняется, учитывая новые требования общества в плане модернизации городской среды. Город был включен в программу «Формирование современной городской среды на территории муниципального образования «Город Азов» на 2018–2022 годы». Один из объектов, который стоит проанализировать в статье как аналогию Бульварному кольцу в Москве, является Петровский бульвар, расположенный в исторической части города. Этот бульвар — сердце города, здесь сосредоточена активная жизнь местного населения, возле него расположены значимые историко-культурные объекты Азова. Стоит отметить, что местные жители бульвар прозвали «Бродвей» из-за неспешных прогулок по тенистой аллее. На Петровском бульваре расположен один из главных входов в Городской парк. На углу ул. Московской и Петровского бульвара находится Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник. Прогуливаясь по бульвару, можно посетить памятник военно-инженерного искусства XVIII в. — Пороховой погреб и Крепостной вал, так же на Петровском бульваре расположены рестораны, кафе, магазины, кинотеатр, имеется выход на смотровую площадку на дельту реки Дона. Петровский бульвар объединяет основные общественные пространства городского значения, локации интересующих достопримечательностей удачно расположены, для знакомства с городом не нужно преодолевать значительные расстояния.

До реконструкции Петровского бульвара, на его территории располагались общественные зоны для отдыха, но они не отвечали уровню спроса гостей по качественному и количественному показателям. В результате анализа состояния территории проекта были выявлено ряд проблем. Отсутствовал регулярный уход за зелеными насаждениями. На изучаемом участке бульвара имелись стихийные парковочные места. Качество рекреационных зон было низким. Элементы освещения территории нуждались в замене. На бульваре отсутствовали адаптации фрагментов зон после смены функции, а ведь в бульварный комплекс входят

и площадки городского значения, предназначенные для проведения различных мероприятий. В результате анализа выявлено, что рекреационные зоны устарели и нуждались в реконструкции. Главной идеей проекта была разработка такой схемы структурирования улицы, где можно было адаптировать пространства к современным задачам их использования. Немаловажным было формирование комфортной городской среды и выявление облика Азова, который отражал бы исторический контекст. Культурный контекст города формируется такими объектами как, Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник (здесь представлена уникальная коллекция драгоценных металлов — ювелирные украшения, детали конской упряжи, золотая и серебряная посуда, оружие, не имеющие аналогов в коллекциях музеев мира, принадлежащая кочевникам-сарматам). Азовский музей совместно с ведущими музеями страны — Эрмитажем, Музеем изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Музеем народов Востока и др. неоднократно участвовал в выставках в Японии, Швейцарии, Франции, Шотландии, Австрии и Германии. При этом не все местные жители знакомы с уникальными предметами истории края. Данную проблему можно обернуть в пользу, привлечь туристский поток, создавая интересные продукты познавательного туризма.

Одним из факторов для улучшения городской среды стал Чемпионат мира по футболу. Азов был вовлечен как туристский объект и локация для размещения гостей турнира. Это событие благоприятно повлияло на развитие туризма. В перерывах между матчами туристы искали впечатлений и порядка 3000 иностранцев выезжали за пределы Ростова-на-Дону. Они посетили с экскурсиями соседние города: Таганрог, Новочеркасск, Азов. Турнир задал траекторию развития, стал значимым событием в туристской сфере Ростовской области [1].

Для формирования комфортной городской среды в городе появятся велосипедные дорожки. Азов нуждается в появлении инфраструктуры для велосипедистов, так как тема очень актуальная для современного общества. В 2019 году в Азове для туристов и горожан были организованы велосипедные маршруты по городу и спортивно-развлекательные игры «Велоквест». Общественная экологическая организация «ЭКА-Азов» совместно с городским отделом туризма и местными велосипедистами создали веломаршруты [2]. Для этого в разных частях города открыли пять бес-

платных велопарковок со специальной картой, на которую нанесены маршруты, пролегающие через исторические и общественно значимые места Азова. На стенах размещен QR-код со ссылкой на карту с турмаршрутами в электронном виде. Особое внимание уделялось безопасности при построении маршрутов. Состав туристских групп небольшой, в среднем до 15 человек, в каждой присутствует гид — специально обученный волонтер. В маршруте около 30 остановок у значимых или известных мест, о которых рассказывают экскурсоводы. Что важно отметить в данном проекте, велся диалог с местными жителями. В результате опроса горожан на улицах и в социальных сетях, было выяснено, где бы они желали видеть велопарковки. В итоге были выбраны парк «Жемчужина Азова», смотровая площадка возле Мэрии, Азовская крепость, городской пляж и стадион «Машиностроитель». Велопарковками возможно воспользоваться не только группам, но и одиночным туристам и горожанам. Уникальность данного направления заключается еще в том, что для туристов и горожан проводятся «Велоквесты». Они сочетают в себе как познавательную, историко-культурную функции через экскурсии по Азову, так и спортивный элемент — соревнование на скорость передвижения и решение логических задач. По задумке организаторов проекта, участники ищут зашифрованные на карте места, тем самым узнавая город и знакомясь с новыми сюжетами. На многих велопарковках установлены «Уличные библиотеки» — небольшие деревянные домики, в которых находятся книги, оставленные волонтерами и другими горожанами. Их можно взять бесплатно или обменять на свои. Как отмечают создатели проекта, «Уличные библиотеки» особенно пользовались спросом у гостей Азова во время чемпионата мира по футболу.

Приведенный пример показывает, как нестандартный подход к развитию городской среды может повлиять на формирование туризма в городе. Проанализировав влияние проектов реконструкции городской среды на развитие туризма, можно сделать вывод, что они напрямую взаимодействуют с туристской сферой. Современные условия диктуют требования иметь развитую и удобную городскую среду для поддержания конкуренции, привлечения туристского потока. Умение правильно спроектировать или реконструировать пространство в городе, поможет сделать его удобным как для повседневной жизни, так и для гостей. А это в свою очередь

окажет влияние на экономику города, муниципальные службы, сферу услуг, логистику, сельское хозяйство, занятость населения и остальные смежные отрасли.

#### **Библиографический список**

1. Демков Д. Сколько туристов посетило Ростовскую область с начала ЧМ-2018? Режим доступа: [https://rostov.aif.ru/dontknows/skolko\\_turistov\\_posetilo\\_rostovskuyu Oblast\\_s\\_nachala\\_chm-2018](https://rostov.aif.ru/dontknows/skolko_turistov_posetilo_rostovskuyu Oblast_s_nachala_chm-2018) (дата обращения 16.06.2020).
2. Ларина А. Загадочный маршрут. В Азове туристы и гости города участвуют в велоквестах. Режим доступа: <https://rg.ru/2019/04/23/reg-ifo/v-azove-turistov-zavlekaiut-velokvestami.html> (дата обращения 16.06.2020).
3. Официальный сайт Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника. Режим доступа: <http://www.azovmuseum.ru/collections/21/> (дата обращения 16.06.2020).
4. Официальный сайт министерства культуры Ростовской области. Режим доступа: <http://old-mkro.donland.ru/Default.aspx?pageid=54905> (дата обращения 16.06.2020).
5. Официальный сайт мэрии Москвы. Режим доступа: <https://www.mos.ru/city/projects/mystreet/page151411/> (дата обращения 15.06.2020).
6. Официальный сайт мэрии Москвы. Режим доступа: <https://www.mos.ru/news/item/66166073/> (дата обращения 15.06.2020).
7. Официальный портал туризма Ростовской области Донской туризм. Режим доступа: [https://dontourism.ru/upload/Site/Guide\\_Delta\\_Dona.pdf](https://dontourism.ru/upload/Site/Guide_Delta_Dona.pdf) (дата обращения 16.06.2020).
8. Официальный сайт проекта-конкурса Исторические поселения и малые города России PRO. Режим доступа: <http://www.gorodazov.ru/File/2019/arkitektor/Petrovskiyproject.pdf> (дата обращения 16.06.2020).
9. Официальный сайт администрации города Азова. Режим доступа: <http://www.gorodazov.ru/gorsreda.html> (дата обращения 16.06.2020).
10. Официальный сайт Минстроя России. Режим доступа: <https://minstroyrf.gov.ru/trades/gorodskaya-sreda/> (дата обращения 15.06.2020).
11. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/10874/> (дата обращения 15.06.2020).
12. Официальный сайт информационного портала «Города – России». Режим доступа: [http://xn--7sbviewbaadnemeta7p.xn--p1ai/sity\\_id.php?id=204](http://xn--7sbviewbaadnemeta7p.xn--p1ai/sity_id.php?id=204) (дата обращения: 17.06.2020).
13. Приказ Министра России от 31 октября 2017 г. № 1494/пр «Об утверждении Методики определения индекса качества городской среды муниципальных образований Российской Федерации». Режим доступа: <https://minstroyrf.gov.ru/docs/15538/> (дата обращения 15.06.2020).
14. Хуснутдинова С.Р., Закирова Ю.А. Городская среда как необходимое пространственное условие развития активного образа жизни и активного туризма // Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» Российского государственного университета туризма и сервиса, 2017, № 11 (3), С. 59–70. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29934103> (дата обращения 15.06.2020).

# АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

А.Ю. Королев

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

УДК 796.5:338.48

## ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ПЕРМСКОМ КРАЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ

Пермский край имеет достаточно природных предпосылок для развития экстремального туризма. В данный момент на его территории выделяется 16 видов экстремального туризма: парашютный спорт, скалолазание, ледолазание, альпинизм, горнолыжный спорт, сноубординг, сноукайтинг, роупджампинг, дайвинг, фридайвинг, спелеодайвинг, даунхилл, кросс-кантри, кайтсерфинг, спелеотуризм. Все выделенные виды можно разделить на три группы в зависимости от состояния их развития: 1. Виды туризма, которые необходимо развивать из-за имеющихся качественных природных предпосылок и наличия энтузиастов. 2. Виды туризма, которые не имеет смысла развивать в данном регионе централизованно, из-за отсутствия природных и климатических предпосылок. 3. Виды экстремального туризма достаточно хорошо развитые и требующие дополнительного централизованного развития.

**Ключевые слова:** экстремальный туризм, Пермский край, ледолазание, сноукайтинг, роупджампинг, дайвинг, фридайвинг, даунхилл, кайтсерфинг, спелеотуризм.

A.Y. Korolev

Perm State University

### EXTREME TOURISM IN THE PERM REGION: CURRENT STATE, CHALLENGES AND SUGGESTIONS FOR DEVELOPMENT

Perm region has enough natural conditions for the development of extreme tourism. In modern times, 16 types of extreme tourism are distinguished on its territory: paragliding, parachuting, rock climbing, ice climbing, mountaineering, skiing, snowboarding, snowkiting, ropejumping, diving, freediving, speleodiving, downhill, cross-country, kitesurfing, caving. All identified types can be divided into three groups according to the degree of development and the need for centralized development: 1. Types of tourism that need to be developed due to the existing high-quality natural conditions and the presence of enthusiasts. 2. Types of tourism that does not make sense to develop in this region centrally, due to the lack of natural and climatic conditions. 3. Types of extreme tourism are well developed and do not require additional centralized development.

**Keywords:** extreme tourism, Perm region, ice climbing, snowkiting, ropejumping, diving, freediving, downhill, kitesurfing, speleotourism.

Экстремальный туризм: определение понятия и обзор ранее выполненных исследований. Экстремальный туризм в современ-

ное время становится все более популярным, однако, изучая официальные документы Правительства РФ, Федерального агентства по туризму, Российского союза туриндустрии, научной литературы, становится понятно, что достаточно емкого и логичного определения понятия «экстремальный туризм», до сих пор нет. В зарубежной литературе

© Королев А.Ю., 2020

Королев Андрей Юрьевич,

к. геогр.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

korolev@psu.ru

этот термин обычно не используется, а вместо него употребляют термин «приключенческий туризм». Из российских авторов такого же мнения придерживается А.В. Бабкин, считающий его разновидностью приключенческого туризма [1]. Близки к этой точке зрения А.С. Кусков и Ю.А. Джаладян, которые считают экстремальный туризм крайней формой приключенческого [6]. В.В. Храбовченко считает, что эти понятия являются синонимами [7]. В.А. Квартальнов не выделяет экстремальный туризм, как отдельный вид, причисляя его к отдельным видам спортивного туризма [4]. Некоторые авторы выделяют экстремальный туризм в отдельный вид. Так А.Б. Косолапов считает, что экстремальный туризм это вид туризма сопряженный со значительной степенью риска, требующий необходимых навыков и опыта [5]. Г.П. Волхонская дает свое определение: это самостоятельный вид туризма выходящий за рамки обычного, опасный вид активного отдыха, связанный с большими физическими нагрузками и риском для жизни [2]. Федерация спортивного туризма России к экстремальному туризму относит туры на маршруты IV–V категории сложности, экспедиции и туры в труднодоступные зоны мира и экзотические места [3]. Учитывая мнение других авторов, можно предложить свое определение на наш взгляд более емкое и отражающее все виды туристской деятельности, попадающие под изучаемое понятие. Экстремальный туризм — это вид туризма, в котором присутствует осознанная опасность для жизни и здоровья.

При этом большая часть видов экстремального туризма будет относиться к активному туризму, часть к спортивному, а часть только к природоориентированному, если при этом не осуществляется прохождение маршрута в природной среде, а происходит выполнение каких-либо опасных видов деятельности с пребыванием на одном месте.

В предлагаемом определении очень важной деталью является термин «осознанная опасность». Именно эта осознанность отличает этот вид туризма от других. Туристы идут на осознанный риск, чтобы пройти опасный маршрут, совершив опасный трюк или прыжок с парашютом или спуск с горы. Туристы специально готовятся к данному мероприятию, стараются сделать риск минимальным, но знают, что полностью исключить его невозможно. Конечно, опасности случаются и в других видах туризма, но там они возникают случайно и туристы по большей части к ним не готовы, и в тех видах опасности неосознанные и неожиданные.

Также к экстремальному туризму можно отнести и не природоориентированный

туризм, а техногенный, в котором присутствует осознанная опасность — космический туризм и туризм к местам катастроф (Чернобыль).

### **Виды экстремального туризма на территории Пермского края**

Пермский край — это большой и очень разнообразный по орографическому строению регион, расположенный на западных склонах Среднего и Северного Урала. На его территории существует достаточное количество природных предпосылок для развития разных видов экстремального туризма, а в современное время данная деятельность становится все более популярной среди всех категорий граждан.

Всего на территории Пермского края можно выделить 16 видов экстремального туризма, причем не потенциальных видов, которыми можно заниматься в связи с наличием природных предпосылок, а тех, которые уже имеют какой-то уровень развития, а в некоторых случаях даже существует спортивная федерация и проводятся официальные соревнования разного уровня. Информация о существующих видах экстремального туризма в Пермском крае представлена в таблице 1.

Информация собиралась на официальных сайтах федераций данных видов экстремального туризма, а также при опросе руководителей федераций или членов совета. В тех случаях, где нет спортивных федераций информация собиралась с помощью опроса активистов и организаторов данного вида деятельности.

### **Локации и проблемы развития видов экстремального туризма в Пермском крае**

**1. Парапланеризм** — это полёты на параплане с использованием энергии восходящих потоков воздуха.

Главные локации:

1. Основное место стационарного базирования это парадром «Фролово», расположенный в пригороде г. Перми и парадром: «Долина Термиков», в г. Кунгур. Здесь имеются лебедки, с помощью которых можно поднимать парапланы, даже при отсутствии благоприятных погодных условий.

2. В зимнее время — это район Верхнечусовских городков и район деревень Медвежье и Посад, Кунгурского района. В это время года, здесь чаще, чем в других местах бывает подходящий ветер — юго-восточный. Летом ветер менее подходящий — северо-восточный, поэтому даже эти объекты становятся малопригодными для занятия парапланеризмом. Наиболее благоприятным является ветер со скоростью 4–5 м/с.

3. В летнее время — это село Слудка, Ильинский район. Ветер здесь более подходящий, хотя тоже бывает довольно редко.

Таблица 1

*Виды экстремального туризма, существующие в Пермском крае*

№	Вид туризма	Кол-во занимающихся, чел., в т.ч. неофициально	Наличие спортивной федерации	Наличие спорт сооружений
1.	Парапланеризм	320	РОО «Федерация спорта сверхлегкой авиации Пермского края»	да
2.	Парашютный спорт	300	РОО «Федерация парашютного Пермского края»	да
3.	Скалолазанье	3000	Пермская краевая детско-молодежная общественная организация – «Федерация альпинизма и скалолазания»	да
4.	Ледолазанье	200	Пермская краевая детско-молодежная общественная организация – «Федерация альпинизма и скалолазания»	да
5.	Альпинизм	1000	Пермская краевая детско-молодежная общественная организация – «Федерация альпинизма и скалолазания»	да
6.	Горнолыжный спорт	150000	РОО «Федерация горнолыжного спорта Пермского края»	да
7.	Сноубординг	100000	РОО «Федерация сноубординга Пермского края»	да
8.	Сноукайтинг	300	РОО «Пермская краевая Федерация парусного спорта»	нет
9.	Роупджампинг	100	нет	нет
10.	Дайвинг	1000	РОО «Пермская краевая федерация подводного спорта»	да
11.	Фридайвинг	50	нет	нет
12.	Спелеодайвинг	50	РОО «Пермская краевая федерация подводного спорта»	нет
13.	Даунхилл (горный велосипед)	300	РОО «Пермская краевая Федерация велосипедного спорта»	да
14.	Кросс-кантри (горный велосипед)	3000	РОО «Пермская краевая Федерация велосипедного спорта»	нет
15.	Кайтсерфинг	300	РОО «Пермская краевая Федерация парусного спорта»	нет
16.	Спелеотуризм	1000	РОО «Федерация спортивного туризма Пермского края»	нет
<b>Итого</b>		<b>260920</b>		

Основные проблемы для развития парапланеризма — климат. Нужна устойчивая ясная погода весной и летом, когда образуются восходящие термические потоки воздуха. В Пермском крае подходящая устойчивая ясная погода бывает очень редко. Данную проблему решить невозможно никакими способами. Поэтому для развития парапланеризма в Пермском крае не может быть подходящих условий. Им возможно заниматься только из-за того, что ближе нет других подходящих мест, и для начинающих. Искусственное поднятие парашюта в воздух с помощью лебедки не имеет особого смысла, поэтому используется только из-за отсутствия других (естественных) способов подъема.

**2. Парашютный спорт** — вид авиационного спорта, заключающийся в прыжках с парашютом с летательных аппаратов (самолёты, вертолёты, аэростаты, стратостаты).

Главные локации — единственное место в Пермском крае, для занятий парашютным спортом, это аэродром «Фролово», в пригороде г. Перми. Прыжки проходят каждую неделю с пятницы по воскресенье, почти круглый год. Есть небольшие периоды межсезонья, когда прыжки не производятся: осенью — в конце ноября и начале декабря, максимум две недели. Это связано с негодностью взлётно-посадочной полосы, нужно ждать, когда подморозит,

и она затвердеет. Весной, период межсезонья обычно весь апрель и иногда начало мая.

### 3. Подводные виды экстремального туризма

Всего выделяют 3 направления, и все они в широком плане относятся к подводному спорту.

**Дайвинг** — это плавание под водой с аппаратами, обеспечивающими автономный запас воздуха (или иной газовой смеси) для дыхания под водой от нескольких минут до 12 и более часов, в зависимости от глубины, типа дыхательного аппарата и потребления ныряльщиком газовой смеси.

**Фридайвинг** — это подводное плавание с задержкой дыхания (апноэ). При этом не используются никакие приспособления для дыхания под водой, а все виды фридайвинга проходят только за счет умения спортсменов не дышать продолжительное время.

Главные локации для дайвинга и фридайвинга:

1. Александровские карьеры. Расположены около города Александровск. Карьеров два: Шавринский (озеро «Глубокое») и Морозовский («Голубое озеро»). Максимальная глубина составляет 70 м, температура воды колеблется от 2 до 20°C, а прозрачность воды от 3 до 17 м.

2. Арсеньевский источник. Мощный карстовый источник, впадающий в реку Кунгур.

Находится в Пермском крае на окраине села Орда. Сверху он может показаться заросшим и безжизненным, однако его невообразимый ландшафт скрыт под толщами воды. Глубина водоёма колеблется от 1 до 7 метров, а чистота воды позволяет просматривать рельеф на расстоянии до 15-20 метров. Температура воды круглый год: до +7°C

3. Перспективные места для дайвинга и фридайвинга — озеро Рогалек в Дурнятской котловине в Добрянском районе Пермского края.

Дурнятская котловина — это карстовая проточная депрессия с родниками озёрами. Ландшафтный памятник природы Пермского края. На территории протекает река Пожва и несколько ручьёв, здесь находятся 11 уникальных карстовых озёр, из которых Белое и Рогалек — одни из самых глубоких озер Пермского края и Урала. Озёра имеют низкие температуры летом и почти не замерзают зимой, потому что вода в них соленая.

**Спелеодайвинг** — подводное плавание в пещерах (кейв-дайвинг от англ. *cave* — пещера). Вид экстремальной активной деятельности.

Главные локации для спелеодайвинга:

1. Ординская пещера — это самое популярное и единственное место в регионе. Самая длинная обводненная пещера России. Вода поражает своей прозрачностью. Спелеодайверы приезжают со всей России и из-за рубежа. Ординская пещера широко известна своими подводными красотами.

Расположена пещера на левом берегу реки Кунгур (здесь на ней небольшой пруд), в недрах невысокой платообразной Казаковской горы. Образовалась в гипсах и ангидритах Пермского периода. Свое название получила по близлежащему селу Орда. Спуск в пещеру оборудован лестницами, имеется освещение. Ширина входного отверстия пещеры достигает 5 метров, а высота — 2 метров.

Длина Ординской пещеры 4600 метров, при этом протяженность сухой части лишь 300 метров. Амплитуда — 45 метров, площадь — более 50 тыс. м<sup>2</sup>.

2. Перспективные места для занятий спелеодайвингом — пещера Бабиногорская и заповедная часть Кунгурской ледяной пещеры.

Бабиногорская — очень красивая и простая для посещения гипсовая пещера в окрестностях города Кунгур Пермского края. Вход в пещеру располагается на склоне Бабиной горы, в одноимённой деревне. В пещере находится череда гротов, в каждом из которых красивые подземные озера, а также несколько тупиковых ходов. Подводная часть до сих пор до конца не исследована и имеет протяжённость более 1 км.

Основная проблема подводных видов экстремального туризма (кроме спелеодайвинга) — отсутствие круглогодичного комфортного и места для погружений в природной среде. В местах, где это возможно осуществлять — нет условий, кроме самого водоема.

4. **Сноукайтинг** (англ. *snowkiting*) — вид спорта и активного отдыха, представляющего собой занятия с буксировочным кайтом на снежном покрытии или льду с применением лыж, сноуборда или коньков.

Главные локации — большая часть акватории Камского моря, от Перми до Березников. Воткинское водохранилище от Елово до Чайковского. Ближайшие к Перми локации — от КамГЭС вверх по Каме и Чусовой до Устья Сылвы, и далее вверх по Сылве до пос. Жебреи. Вверх по Чусовой неперспективно — нет подходящего ветра. Также занимаются кайтингом — на полях в районе Кондратово, Гамово, Красавы.

Основная проблема в развитии сноукайтинга, это отсутствие базы или кайтцентра, где можно расположиться в тепле, хранить снаряжение, переодеваться, переночевать при необходимости. Наиболее предпочтительное расположение базы — дер. Бор-Ленва, на севере Добрянского района, на берегу Камского моря.

## 5. Экстремальный велоспорт

**Даунхилл: скоростной спуск** (англ. *downhill* — «вниз с холма») — экстремальная гоночная дисциплина горного велосипеда, суть которой заключается в прохождении трассы на время. Типичная трасса скоростного спуска содержит в себе различные участки — крутые спуски, резкие повороты (контроуклоны), неровности в виде ям и бугров, торчащие камни и корни деревьев, иногда строятся более сложные препятствия в виде трамплинов и обрывов. Средняя скорость спортсменов на трассе — около 36 км/ч, средний перепад высот — 500 метров на 1,5-2 км.

**Фрирайд** (от англ. *free ride* — свободная езда) — стиль катания на велосипеде (а также дисциплина велоспорта), подразумевающая под собой езду на велосипеде по сложным, иногда искусственно сооружённым трассам, использующим естественные природные и искусственные препятствия. Трассы фрирайда включают преодоление обрывистых склонов высотой десятки метров и больше, прыжки на высокой скорости, движение по узким извилистым тропинкам, проложенным по крутым склонам или по мосткам

Главные локации для даунхилла и фрирайда:

1. Андроновский лес (Лысая гора). При этом спортсмены поднимают велосипед на вершину горы для спуска вручную.

2. Заброшенный карьер около города Чусовой. Для подъема велосипедов наверх карьера можно использовать автотранспорт.

3. Открытый уличный Экстрим парк, расположенный около Парка Камней в г. Перми.

4. Перспективные места для занятий даунхиллом и фрирайдом — трассы горнолыжных центров в летнее время: Жебреи, Иван-Гора, Полазна, Такман и Губаха.

Основные проблемы в развитии даунхилла и фрирайда:

1. Нет трасс разного уровня сложности. Имеется только очень сложная трасса в Андроновском лесу.

2. На территории Пермского края нет ни одной трассы с подъемниками.

3. Нет крытого экстремум парка, где можно было бы заниматься круглогодично и в любую погоду.

Для развития этих видов необходимо использовать наиболее перспективное место для занятий — горнолыжный центр в г. Губаха на горе Крестовая, в летнее время. Здесь желательно подготовить вело трассы, которые не будут повторять горнолыжные трассы. Очень важно, чтобы для велосипедистов в летнее время работал подъемник по цене не выше, чем в зимнее время. Подъемники нужны кресельные, со специальным крепежом для велосипеда.

**Кросс-кантри** (англ. *cross-country*) — одна из спортивных дисциплин в маунтинбайке (горном велосипеде), гонки по пересечённой местности со спусками, затяжными подъёмами, скоростными и техническими участками. Трасса включает в себя как естественные, так и искусственные препятствия, в настоящее время получают распространение элементы из других экстремальных видов маунтинбайка.

Главные локации для занятий кросс-кантри:

1. Трасса «Черняевская» в Черняевском лесу, в Индустриальном районе.

2. Три трассы в районе Верхней Кури — «Профсоюзная», «33 горки», «Ровная».

3. Трасса «Андроновская» в мкр. Нагорный.

4. Беголыжные трассы, расположенные в районе лыжных баз «Прикамье» и «Динамо».

5. Трасса для велокросса на комплексе ПНИПУ, на правом берегу р. Кама.

**Скалолазание** (англ. *rock climbing*) — вид спорта и вид активного отдыха, который заключается в лазании по естественному (скалы) или искусственно (скалодром) рельефу. Зародившись как разновидность альпинизма, скалолазание в настоящее время — самостоятельный вид спорта. Спортивное скалолазание в 2017 году было включено МОК в олимпийскую программу летней олимпиады 2020.

Скалолазание в Пермском крае очень перспективно и сильно развито, как на естественном, так и на искусственном рельефе.

Главные локации для занятия скалолазанием на естественном рельефе:

1. Скала Ермак — недалеко от г. Кунгур, на р. Сылва.

2. Скалы Большие Глухие — недалеко от г. Чусовой, на р. Чусовая.

3. Скалы Большие Воронки — недалеко от пос. Пашия, на р. Вижай.

4. Гора Колпаки, недалеко от пос. Промысла.

5. Гора Каменный город, недалеко от пос. Усьва.

6. Скалы в Лодейном логу. Недалеко от г. Губаха.

7. Скалы у о.п. Рассольный, на р. Косьва.

8. Скала Ветлан, недалеко от г. Красновишерска, на р. Вишера.

9. Скала Столбы, недалеко от пос. Усьва, на р. Усьва.

10. Скала Стас или Клещевой, на р. Сылва, рядом с о.п. Чикали.

Кроме этих наиболее популярных скал, где осуществляются регулярные тренировки скалолазов, существует еще несколько десятков перспективных объектов на береговых обнажениях рек Пермского края.

Также в Пермском крае существует более 10 скалодромов, где работают коммерческие взрослые и детские секции и тренируются спортсмены.

В целом можно сделать вывод, что скалолазанье в Пермском крае хорошо развито, продолжает развиваться, и нет необходимости что-либо делать для его ускорения.

**Ледолазание** — экстремальный вид спорта, заключающийся в преодолении крутых ледовых склонов с помощью специального снаряжения. Ледовые склоны могут быть естественного происхождения: замерзшими водопадами, большими сосульками; или искусственно создаваемыми ледовыми сооружениями.

Главные локации: естественных объектов для занятия ледолазанием в Пермском крае всего три:

1. Ледопад на р. Усьва — в районе скалы Большой Омут, в 15 км ниже по течению пос. Усьва.

2. Ледопад на камне Великан, на р. Чусовой. Расположен в 4 км от поселка Кын, выше по течению реки Чусовая.

3. Березниковский провал. Находится между поселком Романово и городом Березники.

Из искусственных объектов в Пермском крае существует единственный ледодром #iceclimbperm, расположенный на территории веревочного парка «Ранчо», в индустриальной районе г. Перми.

**Альпинизм** на территории Пермского края неперспективен, потому что практически отсутствуют горные вершины имеющие категорию трудности, а те несколько, которые таковую имеют (хребет Тулымский Камень, г. Хусь-Ойка, г. Гумбольдта) очень труднодоступны и просты технически, поэтому для спортивных целей интереса не представляют.

**9. Горнолыжный спорт и сноубординг** — спуск с покрытых снегом склонов на специальных лыжах или сноубордах. Это олимпийские виды спорта, а также популярные виды активного отдыха миллионов людей по всему миру.

Главные локации: в Пермском крае функционирует более 20 горнолыжных баз и центров. Основная часть расположена либо в непосредственной близости от города Перми для привлечения большего потока туристов, либо на предгорьях Урала из-за подходящего рельефа для сложных и интересных трасс. Все они оснащены бугельными подъемниками с преобладанием Т-образного вида. Наиболее популярными являются следующие горнолыжные центры: Губаха, Иван-Гора, Такман, Жебреи и Полазна.

Горнолыжный спорт и сноубординг в Пермском крае развит достаточно хорошо, и нет причин мешающих его развитию. По данным агентства по туризму и молодежной политике Пермского края, всего, на горнолыжных базах, на территории региона за лыжный сезон занимается горнолыжным спортом и сноубордингом до 250000 человек. Это как жители нашего региона, так и его гости. Большинство из жителей Пермского края выезжают на горнолыжные центры по нескольку раз за сезон.

**10. Спелеотуризм** — посещение пещер со спортивной или познавательной целью. Разновидность спортивного туризма, смысл которого заключается в путешествиях по естественным подземным полостям (пещерам) и преодолением в них различных препятствий (сифоны, колодцы) с использованием различного специального снаряжения.

Главные локации: всего в Пермском крае существует более 720 пещер, в одной из них организуются плановые экскурсии, и имеются обустроенные и освещенные тропы по нескольким маршрутам — Кунгурская Ледяная пещера — до 130 тыс. экскурсантов в год.

Самая длинная пещера в Пермском крае — Дивья, более 10 км в длину, находится на берегу р. Колва, немного севернее поселка Ныроб. Технически самая трудная пещера в Пермском крае — Темная, 3Б к.т., находится рядом с городом Углеуральский. Также в Пермском крае находится самая крупная в России обводненная пещера — Ординская, где развит спелеодайвинг, причем спортсмены приезжают из-за рубежа и других регионов России.

Кроме вышеперечисленных, еще есть множество пещер, очень популярных у туристов: Кизеловская (Виашерская), Российская, пещеры Геологов, пещера Чудесница, Чаньвинская пещера, Зуятская пещера, Марииинская пещера, Пашийская пещера, Октябрьские пещеры и другие.

Основной проблемой развития спелеотуризма в Пермском крае является отсутствие помещения для туристского клуба, которое «Департамент имущественных отношений» города Перми конфисковал у туристского клуба в 2018 г., и где до этого он базировался на протяжении 60 лет. В целом спелеотуризм в Пермском крае развит достаточно хорошо. Для такой деятельности туристы приезжают из соседних регионов.

Общее количество спортсменов, активно занимающихся спелеологией — до 200 человек. До 100 человек регулярно участвуют в официальных соревнованиях. Более 1000 человек, занимаются спелеотуризмом самостоятельно, посещая пещеры Пермского края эпизодически.

**11. Роупджампинг** (от англ. *ropejumping*, дословно «верёвочные прыжки») — это прыжки на альпинистских веревках с различных высоких объектов (скал, многоэтажных домов, кранов, мостов, труб, различных вышек). На территории РФ юридический статус не определён. На территории Бразилии, Латвии, Турции и Украины имеет статус легального аттракциона.

В Пермском крае нет таковой федерации, потому что роупджампинг не является видом спорта. Занимается данной деятельностью несколько команд энтузиастов, организующих прыжки с различных техногенных и природных объектов не только на территории своего региона.

Главные локации: в Пермском крае существует несколько мест, где проводятся прыжки, но только одно место, где прыгают регулярно и постоянно — это автомобильный мост на улице Революции (Средняя дамба).

Также прыжки осуществлялись с моста по улице Чкалова (Чкаловская дамба), и других мостов. Из природных объектов прыжки иногда осуществляются со скалы Ветлан, у города Красновишерска, в карстовую воронку недалеко от города Губаха.

Роупджампинг в Пермском крае развивается самостоятельно энтузиастами. Прыжки осуществляются регулярно. В Перми кроме Средней дамбы нет достаточно удобно локации для организации такой деятельности. Основная проблема в развитии роупджампинга — это то, что такая деятельность до сих пор не является легальной на территории Российской Федерации, в отличие от других стран.

Всего в Пермском крае регулярными прыжками занимается до 100 человек, а тех, кто прыгал хотя бы один раз в жизни — десятки тысяч.

## Анализ и предложения по развитию видов экстремального туризма в Пермском крае

В результате анализа собранной информации, все выделенные виды экстремального туризма в Пермском крае можно разделить

на три группы по степени развитости и необходимости централизованного развития:

1. Виды туризма, которые необходимо развивать из-за имеющихся качественных природных предпосылок и наличия энтузиастов, занимающихся развитием данного вида деятельности:

А. Дайвинг и фридайвинг

Б. Сноукайтинг

В. Ледолазанье

Г. Экстремальные виды велотуризма (даунхилл и фрирайд)

Д. Спелеотуризм

2. Виды туризма, которые не имеет смысла развивать в данном регионе централизованно, из-за отсутствия природных рельефных и климатических предпосылок.

А. Парапланеризм — отсутствие достаточных природных предпосылок для развития вида на территории Пермского края.

Б. Роупджампинг — самодостаточный вид, нет необходимости развивать сверху, однако, необходимо административное содействие для придания данному направлению легальности.

В. Альпинизм — нет природных предпосылок для развития из-за практически полного отсутствия категорийных маршрутов на горные вершины.

3. Виды экстремального туризма развитые достаточно хорошо и не требующие дополнительного централизованного развития, имеющие хорошие перспективы:

А. Парашютный спорт.

Б. Скалолазанье.

В. Горнолыжный спорт и сноубординг.

Г. Спелеодайвинг.

Д. Кросс-кантри (горный велосипед).

При опросе экспертов по данным видам экстремального туризма, выяснилось, как именно можно усилить развитие данной деятельности.

1. Развитие ледолазанья, путем создания круглогодичного альпинистского комплекса в городе Перми.

2. Развитие дайвинга и фридайвинга, с помощью создания круглогодичного дайвинг центра на Шавринском карьере в Александровском районе Пермского края.

3. Развитие сноукайтинга и кайтсерфинга, с помощью строительства круглогодичного кайтцентра на Камском море, в поселке Бор-Лёнва.

4. Развитие даунхилла (горный велосипед), путем создания велосипедных трасс для скоростного спуска на горнолыжных комплексах Пермского края, в первую очередь в Губахе (гора Крестовая), в Чусовом (база Такман), в окрестностях г. Перми (Иван-Гора)

и в Жебреях. Данные трассы будут использоваться в летнее время.

Также необходимо провести совещания с руководством горнолыжных комплексах, о возможностях развития данного вида экстремального туризма и возможной работе подъемника для велосипедистов в летнее время. Кроме этого, необходимо построить круглогодичный крытый экстрим парк, где могут тренироваться и представители скейтбординга.

5. Развитие роупджампинга. Здесь нужна законодательная помощь, чтобы данный вид экстремального туризма отнести к легальной деятельности.

6. Развитие спелеотуризма. Главной задачей по развитию является получение от «Департамента имущественных отношений» города Перми, разрешения на использование подвального помещения по адресу ул. КИМ, 88, для функционирования Пермского клуба спелеологов.

В заключении можно сделать вывод, что результатами развития экстремального туризма в Пермском крае могут быть следующие положительные явления:

1. Увеличения туристского потока на территорию Пермского края для занятий экстремальным туризмом.

2. Повышение количества занимающихся экстремальным туризмом среди жителей региона.

3. Увеличение ведения здорового образа жизни среди населения Пермского края.

4. Увеличение туристской привлекательности региона, среди регионов Российской Федерации.

5. Развитие спорта высших достижений по разным видам экстремального туризма среди жителей Пермского края.

#### **Библиографический список**

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учебное пособие. Феникс, Ростов-на-Дону, 2008, 117 с.

2. Волхонская Г.П. Экстремальный туризм России: проблемы и перспективы развития. Научные труды СибГУФК, 2016. С. 77–81.

3. Востоков И.Е., Панов С.Н. Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России на 2001-2004 гг, Москва, 2001, 213 с.

4. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: учебник. Финансы и статистика, Москва, 2003, 671 с.

5. Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие. Кнорус, Москва, 2008, 262 с.

6. Кусков А.С., Джалаадян Ю.А. Основы туризма: учебник. Кнорус, Москва, 2008, 352 с.

7. Храбовченко В.В. Экологический туризм. М.: Финансы и статистика, 2004. 208 с.

# ЭСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ И МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО

О.В. Ивлиева, Б.И. Атеков

Южный федеральный университет

УДК 379.851

## УНЦУКУЛЬСКИЙ НАРОДНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРОМЫСЕЛ — ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС ДАГЕСТАНА

**В** статье рассмотрен один из видов декоративно-прикладного искусства Дагестана, проведен его археологический анализ и выявлен туристский потенциал для развития этнографического туризма. Виды декоративно-прикладного искусства Дагестана играют большую роль в развитии этнографического туризма. В Республике Дагестан имеются музеи, с богатой коллекцией декоративно-прикладного искусства. Также на территории Дагестана функционируют фабрики народных художественных промыслов, в том числе Унцукульская художественная фабрика. Унцукульская орнаментальная насечка по дереву имеет не долгую историю, однако, уже известна всему миру. Резьба по дереву имеет долгую историю, сочетая в себе древние традиции предков и совершенствование техники.

**Ключевые слова:** этнографический туризм, резьба по дереву, декоративно-прикладное искусство, унцукульская насечка, археология, народный художественный промысел.

O.V. Ivlieva, B.I. Atekov  
Southern Federal University

### THE UNTSUKUL NATIONAL ARTISTIC TRADE – IS AN ETHNOGRAPHIC TOURIST RESOURCE OF DAGESTAN

In the article we considered one of the types of arts and crafts of Dagestan, made an archeological analysis and revealed the tourist potential for ethnographic tourism development. The arts and crafts of Dagestan play the main role in development of the ethnographic tourism in the region. There are museums with rich collection of arts and crafts. Many fabrics of national artistic trades work in the Republic of Dagestan, for example, the fabric of national artistic trade in Untsukul. The untsukul ornamental hatching has not along history, but is very famous in the world. The wood carving has along history, combines ancient traditions and development of technique.

**Keywords:** ethnographic tourism, wood carving, arts and crafts, untsukul hatching, archeology, national artistic trade.

Народные умельцы и художники Дагестана испокон веков известны как непревзойденные мастера по изготовлению изумительных

© Ивлиева О.В, Атеков Б.И., 2020

**Ивлиева Ольга Васильевна,**  
д.геогр.н., доцент, Южный федеральный университет;  
*ivlieva.o@mail.ru*

**Атеков Багаутдин Исмаилович,**  
студент магистратуры кафедры туризма, Южный федеральный университет;  
*atekov97@gmail.com*

ювелирных изделий из золота и серебра, украшенных тончайшей художественной резьбой. Здесь делали кольчуги, панцири, шлемы, ружья, кинжалы и сабли, серебряную посуду и украшения. Народные умельцы создают филигранные изделия, инкрустации по рогу и кости.

В селении Унцукуль изготавливают из кизила очень красивые трости, письменные приборы, ковши, инкрустированные серебряной и мельхиоровой проволокой деревянные шкатулки.

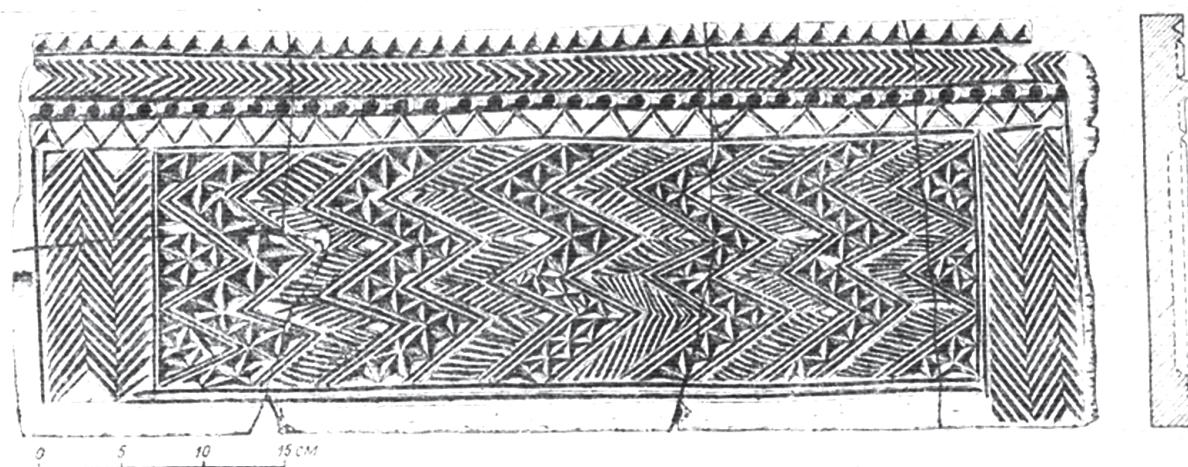


Рис. 1. Передняя стенка ларца из могильника эпохи бронзы (вторая половина II тыс. до н.э.)  
вблизи с. Кафыркумух Буйнакского района [2, с. 105]

В республике проживает более 30 народов, каждый из которых обладает самобытностью. Для каждого народа характерны национальные традиции и обычаи; народные художественные промыслы. Природно-национальные характеристики указывают на уникальность этого края и его большое этнографическое разнообразие, и потенциал развития этнографического туризма.

Дагестан, обладающий благоприятным климатом, обилием рек и гор, лесами и естественными убежищами был заселен еще в глубокой древности. Раздробленность региона не помешала первобытному человеку заселить эту территорию около 15 тыс. лет назад. Уже в эпоху бронзы основой производства было земледелие и скотоводство. В эпоху железа появляется ремесленное производство и обмен между разобщенными племена. С развитием орудий труда начинается широкая вырубка лесов под сельское хозяйство, особенно в VI-VII века. Резьба по дереву является традиционным народным промыслом народов Дагестана. П.М. Дебиров, первый дагестанский учений-искусствовед и автор уникальных научных трудов, отмечает, что обработка дерева — это не только один из древних видов трудовой деятельности у дагестанских народов, но и одна из первых отраслей ремесленного производства. Развитию этого ремесла способствовало наличие лесов, разнообразие древесных пород и легкость в обработке. Десятую часть территории республики занимают леса и кустарники. Они распределены неоднородно в равнинной, предгорной и нагорной частях. Однако, согласно археологическим данным, буковые, сосновые и грабовые леса были распространены в равнинном Дагестане две тысячи лет назад. Следует отметить, что уже в древности леса на территории Дагестана использовались как для про-

питания, так и для производства простейших орудий труда [2, с. 3].

Резьба по дереву широко использовалась дагестанцами в быту (кухонная утварь, мебель) и архитектуре своего жилища (балкон, столбы, окна, порталы, ворота) издавна. Таким образом, на протяжении нескольких тысячелетий художественная обработка дерева имела практическое назначение, поскольку была связана с повседневной жизнью горцев [2, с. 4].

Дерево играло важную роль в жизни горцев, о чем повествуют древние предания, религиозные представления, легенды, а также данные археологии подтверждают, что это одно из ранних ремесел. Изучение материальной культуры дагестанцев свидетельствует о большей значимости в быту дерева, а не камня.

На протяжении многих лет дагестанские мастера становились искуснее, набирались опыта, совершенствовали свою технику и качество произведенных изделий, что мы можем видеть, если сравним предметы разных эпох. Широкое применение дерева в повседневной жизни ещё с древности позволило сохранить в резном дереве старинные традиционные орнаменты. На это указывают и находки археологов, например, найденная неподалеку от селения Кафыркумух могильная стенка деревянного ларца в могильнике второй половины II тысячелетия до н.э., хорошо сохранившаяся богатая резьба которого говорит о развитии ремесла уже в эпоху бронзы [2, с. 4].

В XI-XII века развитие и взаимовлияние орнаментальных форм в ремеслах приводит к формированию «особенностей орнаментального комплекса средневекового резного дерева». Музеефицированные памятники этого периода соединили в себе все самое лучшее.

Одни памятники представляют древнюю, дохристианскую традицию резьбы по дереву, а другие христианскую и мусульманскую, на что указывают орнаменты. В Средние века в эпоху феодалов резьба по дереву достигает высокого уровня в связи с рассветом архитектуры и монументально-прикладного искусства: появляются новые изделия из дерева, совершенствуются деревообработка и орудия труда. В некоторых районах Дагестана, богатыми лесами, появляются центры по обработке дерева с развитой техникой [2, с. 5].

В XII-XVIII века развитие резьбы по дереву в Дагестане сохраняется несмотря на развитие резного камня, металлических изделий, штука, новой архитектуры и интерьера жилища, появляются новые художественные формы [2, с. 5]. (Рис. 2)

П.М. Дебиров разделяет деревянные изделия с декоративным узором на 3 группы:

**1. Архитектурные элементы.** В этой группе декоративное оформление имеют элементы фасада жилых помещений: створки ворот, окон и дверей; оконные и дверные коробки; балконы и веранды.

**2. Мебель.** В этой группе декоративное оформление имеют виды мебели: стулья, табуретки, лари, сундуки, лежанки, а также кафедры (минбары) мечетей и пюпитры для Корана. Лари и столбы являются главными элементами декоративного оформления интерьера жилых помещений. Поначалу лари и столбы были соединены (XV-XVI века), но со временем они эволюционируют — обособляются друг от друга (конец XVI-XVII века) и отличаются друг друга в зависимости от территории.

**3 Предметы быта.** В эту группу входит кухонная утварь (вилки, бокалы, подносы, тарелки и др.) и деревянные сосуды (для хранения и измерения круп и жидкости). Мелкая кухонная утварь отличалась большим разнообразием форм и размеров. Предметы этой группы датируются с XVIII века. Размещается утварь на столбах и на фасадах ларей [2, с. 13].

Для нанесения орнамента мастер-художник использует циркуль, карандаш (краски), шило и трафарет, как правило, вырезанный из плотной бумаги, кожи или другого материала. Сам процесс проходит следующим образом: для начала намечается орнамент, потом разбирается оформляемый предмет (ларь, сундук и т.д.) и с помощью ножа (прямых или полу-круглых стамесок) на определенной глубине прорезаются линии рисунка. Фон корректируется стамеской, а узор моделируется ножом.

В основном в Дагестане применяется одноплановая и двухплановая резьба, намного

реже — многоплановая. Выделяют следующие виды резьбы:

1. Линейно-графическая (самая древняя; узор образуется узкой неглубокой линией);

2. Двускатно-желобчатая (период зрелого средневековья);

3. Трехгранно-выемчатая (эпоха бронзы; структурный элемент — трехгранная ячейка, пирамидально углубленная в толщу дерева);

4. Лентовидная (двускатный желоб, рисующий узор, поднимается над фоном, образуя ленту);

5. Плоская или плоскосилуэтная (разнообразие вариантов; имеет маленькую высоту);

6. Чешуйчатая (с помощью ложчатаого долота чешуйчатые углубления, соединяясь краями, образуют ленты);

7. Сквозная или ажурная (датируется XIX-XX веками; после того как рисунок нанесен, его фон удаляется узкой ручной пилой; применяется в основном на верандах, карнизах и перилах);

8. Пластиическая (средневековье; соединяет двускатно-желобчатую, плоскосилуэтную линейно-графическую резьбу) [2, с. 30].

Рельефная лентовидная — это двухплановая резьба. Все остальные — одноплановые, а многоплановая — когда соединяется несколько вышеперечисленных видов [2, с. 30].

Резьба по дереву — это одно из древнейших ремесел народов Дагестана, которое на протяжении столетий сохраняло традиции и совершенствовалось. Благодаря лесному массиву, которым был богат Дагестан, горцы украшали свои жилища произведениями искусства из дерева, оформляя его пышным декором. Сегодня эти прекрасные предметы обихода горцев мы можем встретить как в музеях мира, так и в дагестанских аулах. Тем не менее, эти произведения искусства, к сожалению, не охраняются должным образом для своих потомков. Одна только резьба по дереву может послужить для развития этнографического туризма в регионе.

Унцукульское ремесло — это уникальное дагестанское декоративно-прикладное искусство и представляет обработку дерева с насечкой узоров из серебряной или мельхиоровой проволоки. Ремесло сформировалось не так давно на древних традициях горцев по обработке дерева и металла. Ранние унцукульские изделия, которые сохранились до наших дней, приходятся на конец XVIII и начало XIX веков. К ним относятся курительные трубки, ручки для кнута и трости, оформленные простой, но весьма благородной насечкой, выполненной в технике сочетания серебряной накладки с чернью. На формирование этого ремесла повлияли более ранние виды дагестанского

декоративно-прикладного искусства, что подтверждает археологический анализ. Однако, унцукульская насечка самобытна и характерна только для данной местности [1, с. 23].

Дагестанский аул Унцукуль известен своим ремеслом по орнаментальной насечке по дереву далеко за пределами нашей страны. Унцукуль расположен в Унцукульском районе Республики Дагестан. Яков Иванович Костенецкий, участник Кавказской войны и автор сочинений «Записки об аварской экспедиции на Кавказе в 1837 году», посетив Унцукуль, описывает в книге его как деревню, окруженную фруктовыми садами. Здесь растут персики, виноград, абрикосы и огромнейшие ореховые деревья, с которыми, по мнению Костенецкого, не сравняется даже русский дуб [3, с. 81].

Унцукульцы изготавливали свои изделия из абрикосовых и кизиловых деревьев. Кизиловое дерево обладает прекрасным свойством распаривания на огне и хорошо держит вставленный металл. Техника следующая: поверхность кизилового дерева очищается, после на ней создаются узкие выемки и ложбины, в которые устанавливают мелкие штрихи серебряного узора [1, с. 24].

Уже в первой половине XIX века изготавливались: стеки, трости. Изготавливаются они из сердцевины кизилового дерева, а табакерки и курительные трубки из абрикосового дерева с медной и латунной насечкой. Все эти предметы имели высокий спрос и высокую цену и скупались любителями, как сувениры на память [1, с. 24].

Я.И. Костенецкий в своих сочинениях «Записки об аварской экспедиции на Кавказе в 1837 году» описывает трубы: «Из них маленькие, другие с длинными шейками, а некоторые с приделанными к ним такими же небольшими чубуками. В этой деревне лучшие трубочные мастера на Кавказе». [1, с. 23–24].

Ремесло развивалось довольно быстро и уже во второй половине 19 века насчитывалось 500 мастеров. Юсуп Магомедов, адъютанта князя А. Чавчавадзе, занимался реализацией трубок и тростей в Темирхан-Шуре, благодаря чему унцукульские изделия получили промысловое развитие. Помимо мелких изделий (табакерки, трубы) изготавливались и крупные для музеев и городского населения. Например, на Кавказской сельскохозяйственной выставке в 1889 году выставлялись этажерки, изготовленные унцукульским мастером Шахбазом Ханбулаевым. Изделия унцукульских мастеров реализовывались по России и Кавказу, а также с большим успехом покупались они в Ростове-на-Дону,



Рис. 2. Современные изделия унцукульских мастеров  
(фото автора)

Астрахани и в курортных городах Северного Кавказа. Ю. Магомедов повез унцукульские изделия в Париж, где их экзотика была с радостью принята и была заказана новая партия, распроданная с большим успехом в Англии и во Франции. В 1890 году работы унцукульских мастеров получили высокую оценку от специалистов на Всемирной выставке в Париже [1, с. 24–25].

На унцукульских изделиях XIX-XXI веков часто встречаются узоры в виде треугольников, елочек, линий и кружочков, которые учёные обнаружили на бронзовых топорах позднекобанской культуры, найденных в Дагестане. Эти солярные знаки являются символами плодородия. Унцукульская насечка имеет немало древних и зооморфных знаков. К примеру, сочетание полукруга (солнце) и косых линий (дождь) — это символ двух стихий плодородия. [1, с. 25].

В 1926 году в Унцукуле была открыта артель, функционирующая до наших дней — ООО «Унцукульская художественная фабрика». В 1937 году на Всемирной выставке в Париже унцукульская артель получила Золотую медаль и приз Гран-при Всемирной выставки [3, с. 27]. На Всемирной выставке в Брюсселе в 1957 году унцукульские изделия удостоились серебряной медали и диплома II степени выставочного комитета. Унцукульские ювелирные украшения были высоко

оценены на Пражском конгрессе в 1963 году и выставлялись последующие годы. В 1960–1970 ассортимент изделий расширился, основываясь на традиционных формах аварской утвари [1, с. 28].

Унцукульская орнаментальная насечка по дереву — это один из ярчайших примеров уникальности дагестанского декоративно-прикладного искусства. Ункульские мастера, основываясь на древних традициях своих потомков, за довольно малый срок приобрели мировую известность, выставляя свои произведения искусства на выставках международного уровня. Сегодня в Унцукуле функционирует фабрика по производству унцукульских изделий, которая должна стать местом притяжения туристов и ученых на карте Дагестана, а также развивать этнографический туризм в регионе.

**Заключение.** Республика Дагестан, обладая небольшой площадью, богата природой и этносом. Здесь есть снежные вершины, барханы, море и многонациональный народ с самобытной культурой. Каждый аул отличает-

ся от другого аула диалектом, архитектурой, народными промыслами. Тишина гор, красота местной архитектуры и душа народа нашли отражение в изделиях творцов поющего дерева — унцукульцев. Резьба по дереву и унцукульская насечка — это уникальные произведения искусства, хранящие древние традиции и имеющие ярко выраженную индивидуальность, что обеспечивает ему высокий туристский потенциал, особенно для развития этнографического туризма.

#### Библиографический список

1. Газимагомедов Г.Г. Природные основы генезиса унцукульского орнаментального искусства [Электронный ресурс] / Г.Г. Газимагомедов // Юг России: экология, развитие. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prirodnye-osnovy-genezisa-untsukulskogo-ornamentalnogo-iskusstva> (дата обращения: 27.04.2020).
2. Дебиров П.М. Резьба по дереву / П.М. Дебиров. Москва: Наука, 1982. — 238 с.
3. Костенецкий Я.И. Записки об аварской экспедиции на Кавказе 1837 года / Я.И. Костенецкий. Спб., 1851. — 122 с.

**В.М. Кицис, А.И. Кусерова**

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

**УДК 398.2**

# ПУТЕШЕСТВИЕ В ГЛУБИНКУ МОРДОВИИ: ЛЕГЕНДЫ И МИФЫ СТАРЦЕВА УГЛА

**В** условиях усиливающейся на туристском рынке конкурентной борьбы за туристов, все возрастающую роль играет образ той или иной территории, формирующийся у потенциальных клиентов. Формированию позитивного образа территории, где нет уникальных природных или антропогенных туристских ресурсов, будет способствовать туристское легендирование. Туристские легенды представляют собой тот нематериальный актив, с помощью которого появляется возможность привлечь на конкретную территорию туристов. Миры и легенды выступают составной частью регионального туристского продукта. Именно этому посвящена данная статья, объектом исследования которой выступают легенды земли Мордовской.

**Ключевые слова:** *туризм, легенда, миф, туристская легенда, образ территории, туристская дестинация, аттрактивность.*

**V.M. Kitsis, A.I. Kuserova**

National Research Ogarev Mordovian State University

## TRAVEL TO THE HEARTLAND OF MORDOVIA: LEGENDS AND MYTHS OF STARTSEV CORNER

In the conditions of increasing competition for tourists in the tourist market, the image of a particular territory that is formed by potential customers plays an increasing role. The formation of a positive image of the territory, where there are no unique natural or anthropogenic tourist resources, will be promoted by tourist legends. Tourist legends are an intangible asset that makes it possible to attract tourists to a specific territory. Myths and legends are an integral part of the regional tourist product. This is what this article is devoted to, the object of research of which are the legends of the land of Mordovia.

**Keywords:** *tourism, the legend, the myth, the legend tourist image of the territory, tourist destination, attractive.*

Осуществление грамотной туристской деятельности в том или ином регионе не представляется возможным без изучения туристских ресурсов, находящихся на его территории. В связи с этим анализ и оценка туристских ресурсов выступают необходимым условием развития туризма. Ошибочно полагать, что наличие в той или иной местности уникальных природных или исторических объектов свидетельствуют о высокой туристской аттрактивности территории и являются основанием

для развития как внутреннего, так и въездного туризма.

Наряду с материальными ресурсами, в туристской деятельности весьма широко используются и нематериальные ресурсы. Их роль в современных условиях формирования и развития экономики впечатлений постоянно возрастает, поскольку благодаря этому нематериальному активу можно привлекать туристов в те дестинации, которые не обладают материальными ресурсами. К числу таких активов с полным основанием следует отнести легенды и мифы, представляющие собой часть национального фольклора. Интересные и образно представленные легенды повышают аттрактивность территории, способствуют увеличению туристского потока. Так, легенды и сказания о гусляре Садко способствуют привлечению туристов в Великий Новгород, а былины о Илье Муромце стали частью бренда Владимирской области. Таких

© Кицис В.М., Кусерова А.И., 2020

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

**Кусерова Анна Ивановна,**  
старший преподаватель кафедры туризма, Национальный исследовательский  
Мордовский государственный университет им. Н.П.Огарёва  
*anna-kuserova@yandex.ru*

примеров можно привести немало не только по нашей стране, но и по другим странам.

Легенды, направленные на привлечение туристов на ту или иную территорию, формируют определенный ее образ. Поэтому следует согласиться с мнением П.С.Ширинкина, который отмечает, что «Туристские легенды должны рассматриваться как важнейший фактор развития туризма на территории и как обязательная составная часть регионального туристского продукта. Его специфика, состав и образы, формируемые под влиянием туристских легенд региона, должны определять его особенности и структуру» [8, с. 107–108].

О.Е.Афанасьев, рассматривая важность туристского легендирования, выделяет социальные функции, которые выполняют туристские легенды: «Туристские легенды не только интригуют и привлекают туристов к конкретным объектам, но и передают определенный посыл, выполняя важнейшие социальные функции: мотивирующую, познавательную, воспитательную, развивающую, информативную, развлекательную, предупреждающую [1, с. 52].

Туристские легенды являются, по сути, важной частью туристского бренда территории. Но при этом надо иметь в виду, что, как отмечает Г.Л.Тульчинский, «Бренды — это ответ на пожелания и ожидания». И далее: «Современный бренд — это миф, легенда, история, некий нарратив» [5, с. 14–16]. На это обращает внимание и П.С.Ширинкин, указывая, что на основе мифов и легенд «у туриста формируется некоторое представление о территории (месте, центре) предстоящего посещения, которое при этом с реалиями географического пространства, историко-культурными и природными ресурсами туризма этой территории может не иметь ничего общего» [6, с. 74].

Туристская легенда — это информация, полученная туристом, о событиях и явлениях, имевших место на конкретной территории, и отражающих ее этнические, культурные, религиозные, хозяйствственные, политические и иные особенности. При этом туристские легенды, претендующие на достоверность, не могут быть точно проверены, они часто обросли домыслами и приукрашены [2, с. 50]. Цель туристских легенд — создать у потенциального клиента желание посетить данную территорию, превратить его из потенциального гостя в реального.

Таким образом, повысить интерес к туристским дестинациям можно с помощью различных приемов, например, за счет мифологии. Так, Великий Устюг позиционирует себя как родина Деда Мороза, а Кострома — как родина Снегурочки. Искусственно созданные объекты туристского интереса повышают привлекательность территории, способствуют увеличению

притока туристов. В связи с этим при оценке туристских возможностей территории следует иметь в виду, что они могут быть повышенны за счет дополнительных факторов.

В России немало объектов, овеянных разного рода легендами, мифами, а то и реально происходившими событиями. Многие из них находятся в достаточно обжитой и освоенной Европейской части нашей страны. Однако очень часто эти объекты не вовлечены в туристскую деятельность по тем или иным причинам: отсутствие транспортной сети, удаленность от основных туристских маршрутов, отсутствие сведений об объектах и пр. Вместе с тем они могут стать теми точками притяжения туристов, которые послужат основой для разработки новых туристских продуктов. К числу таких объектов можно отнести и Старцев Угол.

Спасо-Преображенскую пустынь традиционно в народе называют Старцев Угол по названию оврага, где она когда-то стояла. В местных глубоких оврагах еще давние времена собирались и читали молитвы старцы, к которым присоединялись и другие люди, бежавшие от своих господ. Пустынь — это далёкие от мирского жития и соблазна места. При ней жило обычно несколько старцев монахов-отшельников.

Спасо-Преображенская пустынь расположилась на северо-востоке Республики у села Горки Большегнатовского района Республики Мордовия непосредственно на границе с Сеченовским районом Нижегородской области. Поскольку на протяжении XX в. границы обоих регионов часто менялись, жители каждого из них считают Старцев Угол своим. Расстояние от Саранска до Старцева Угла 130 км, из которых последние 4 км по грунтовой дороге.

Согласно легенде, Спасо-Преображенская пустынь была основана благодаря настоящему чуду. Царь Иван Грозный, стремившийся расширить границы своего государства и устраниТЬ угрозу со стороны Казанского ханства, ориентированного на союз с Крымским ханством и Турцией, совершил ряд походов против Казанского ханства. Однако ни первый военный поход (декабрь 1547 г. – февраль 1548 г.), ни второй (17 ноября 1549 г. – 25 февраля 1550 г.) и ни третий (апрель–июль 1551 г.) не увенчались успехом. Однако Иван IV не отказался от своей цели — уничтожить Казанское ханство и присоединить его к России.

Во время четвертого Великого Казанского похода (16 июня – 12 октября 1552 г.) Иван Грозный, ожидая отряды союзника мордовского князя Игната, разбил лагерь на широком поле у оврага Старцев Угол. Во время обсуждения плана военных действий Ивану Грозному и князю Игнатию явился святитель Спиридон Триумфунтский. Чудотворец пообещал царю, что этот поход на Казань будет успешным и пообе-



Рис. 1. Мраморный крест на месте явления святителя Спиридона Тримифунтского [4]

щал свою помощь, а чтобы военачальники ему поверили, Спиридон воткнул перед ними свой посох, из-под которого пошла вода. В память явления святителя Спиридона Тримифунтского царю Иоанну IV и князю Игнатию в Старцевом Углу установлен мраморный крест (рисунок 1).

В благодарность за помощь в борьбе с Казанским ханством, Спиридон Тримифунтский попросил царя построить на этом месте храм, где могли бы молиться старцы-отшельники. Сама жизнь подсказывала, что именно здесь должен быть основан монастырь. Как свидетельствует легенда, Иван Грозный выполнил свое обещание, данное святителю, и после войны в Старцевом Углу была построена каменная церковь.

Легенда гласит, что церковь простояла недолго: во время одного из татарских набегов храм вместе с затворившимися в нём старцами, чтобы избежать вражеского поругания, ушёл под землю. На этом месте в центре оврага образовался небольшой холм — Святая горка. Считается, что именно под ней находится храм Ивана Грозного, где теперь идёт вечная церковная служба. Говорят, что в определённые дни здесь можно услышать, как из-под земли доносятся колокольный звон и протяжное пение монахов. Некоторые очевидцы также утверждают, что видели, как ясными летними ночами горку освещал яркий столп света, источник которого определить не представляется возможным.

Про Святую горку до сих пор ходит много легенд. Одна из них гласит, что старинный храм заточен под землю не навечно — настанет время, когда он вновь поднимется на земную поверхность. В это поверить трудно, но по свидетельствам очевидцев Святая горка с каждым годом становится все выше. Создается впечатление, что купол храма хочет снова показаться из земной толщи.

Другое предание связано с пропавшей в конце 1940-х гг. в этих местах молодой вдовой Аграфеной. Местные жители тщетно неделю искали женщину, пока она сама не вернулась домой. При этом на ней была одежда монахини. Вдова рассказала, что случайно попала в Старцев Угол и, когда проходила мимо Святой горки, усомнилась, что под ней может находиться храм со святыми старцами. Однако в этот момент подножье холма расступилось, и оттуда в белых одеждах появился старец. Он взял Аграфену за руку и повел за собой под землю в старинную церковь. Женщина отстояла обедню, покаялась в неверии и приняла постриг под именем Вера. После этого старец вывел женщину на поверхность.

Сегодня немало паломников приезжает к Святой горке. Считается, что если посидеть и полежать на ней, то можно избавиться от многих болезней, а те, кто медленно обойдет заветный холмик три раза, читая при этом молитву Богородицы, станут удачливыми на долгие годы.

В середине XVII в. монахи-отшельники на месте прежнего храма возвели новую деревянную церковь, положившей начало Спасо-Преображенской пустыни в Старцевом Угле. Монастырь, как свидетельствует челобитная преображенских монахов от 1685 г., существует со времен царя Михаила Федоровича. Он был основан по грамоте Патриарха Иосифа [6, с. 104]. Однако просуществовал монастырь немногим более века, так как уже во второй половине XVIII в. он был упразднён по указу Екатерины II. Несмотря на это монахи не покидали покидать намоленное святое место, где сама земля пропитана чудесной энергией.

Официальными документами подтверждается, что во время Крестьянского восстания монастырь захватил Емельян Пугачев. Он обокрал монастырь, а около двухсот монахов собрал



Рис. 2. Храм Святого Духа [4]

и сжег в трапезной. На месте трапезной сейчас расположен насыпной холм, на вершине которого установлен медный крест.

Последний храм Старцева Угла был построен из дерева в конце XIX столетия и простоял до 1930-х гг. В начале XX в. в Старцевом Углу была открыта небольшая женская община. Последней её представительницей стала схимонахиня Маргарита (Никитина), которая чудом выжила после расстрела.

В 30-е гг. прошлого века большевики сожгли деревянную церковь. Кроме того, они уничтожили купели и две часовни у родников, а также осквернили старинное монастырское кладбище. Ряд монахов принял мученическую смерть, а большинство было разогнано. Спасшиеся старцы скрылись в лесных пещерах. Чекисты не смогли добраться до схимников, само заповедное место взяло старцев под свою защиту. После войны в конце 40-х гг. монастырское кладбище было вновь обустроено и на нём даже поставили небольшую часовню.

Сегодня в Старцевом Углу поставлено несколько часовен, одна из которых даже смогла пережить времена гонений, и обустроены купели у каждого родника. Недавно здесь был освящён новый небольшой деревянный храм Святого Духа, ставший символом духовного возрождения этого заповедного места (рисунок 2).

Главными достопримечательностями Старцева Угла являются четыре целебных источника. Несмотря на то, что все они расположены почти на одном уровне и близко друг к другу, состав воды в них различный. Об этом свидетельствуют данные лабораторных исследований, проведенных в 2004 г. Однако у всех есть одно общее свойство — целительная сила. Это факт был известен и монахам, обосновавшим тут пустынь много веков назад. Всех посещающих Старцев

Угол поражает особенность местных источников — вода в них не замерзает даже в лютые морозы. По мнению верующих, это Божий промысел — вода должна всегда помогать страждущим, независимо от времени года.

У каждого источника свое название — Чудотворца Спиридона (Спиридоновский), Николая Чудотворца (Никольский), Спасов (Спасовский) и Всех Святых (Божией Матери) [3, с. 14].

Спиридоновский источник — самый старый из них. Он назван в честь Спиридона Тримифунтского, который в этом месте воткнул перед Иваном Грозным свой посох. Рядом с источником сохранился крест Святого Спиридона, который к настоящему почти стер. Издавна считалось, что воду из Спиридоновского источника пить нельзя — она «мёртвая». Эту воду можно использовать для «наружных процедур».

Никольский источник носит имя Николая Чудотворца. Он знаменит тем, что возле него лежат три камня. На одном из старинных камней на поверхности находятся два углубления. По преданию, эти углубления оставлены коленями монахов-отшельников, которые веками молились на камне. Говорят, что их долгое подвижничество наполнило валун чудесной энергией. Так, если искренне верующий человек наберёт из источника ведро воды, а потом, стоя на камне, опрокинет его на себя, то получит исцеление от любого заболевания. Еще одно предание гласит, что на этом камне молился сам Серафим Саровский, который был в Старцевом Углу еще до Дивеевского монастыря.

Спасский источник своё название получил от главного престольного праведника этой пустыни. Легенда гласит, что монахи монастыря, узнав о нападении войска степняков, вышли на этот источник служить молебен о спасении. Когда враги вступили на монастырское поле, явилась Пречистая

Богородица, окруженная небесным воинством. Все присутствующие, видя явление, пали на колени, уповая о заступничестве воинов небесных. Враги ушли и с той поры набеги прекратились. Источник находится около старой Спасской часовни, внутри которой большое количество икон, а также старый крест с купола разрушенной церкви. Местные люди говорят, что кружка живительной влаги Спасского родника, выпитая утром натощак, заставит человека надолго забыть о многих хронических болезнях внутренних органов.

Четвёртый источник Божией Матери (Всех Святых) появился на свет совсем недавно. В 1999 г. в ночь после Святой Троицы (это был второй день Троицы — Духов день; в это время в пустыни обязательно кто-то находится — крестным ходом, приносят в Старцев Угол икону Успения Божьей Матери, обретенную верующими в 1923 г.) в землю оврага ударила молния, после чего и появился новый источник. В это время в пустыни были монахини из Казани. После удара молнии появился столб света, и монахини увидели струйки воды, бьющей из-под земли.

Бытует мнение, что воду из источника Божией Матери пить нельзя, поскольку в этом источнике утопили пакостившую всем женщину. Однако для питья она не годится по другой причине — стоит ее зачерпнуть, как поднявшаяся со дна муть попадает в стоящую рядом купель и делает там воду грязной. Чтобы этого не происходило, источник держат под замком. В то же время с водой этого источника связаны чудеса исцеления людей от болезней. Так, рассказывают историю исцеления девочки водой из этой купели. Ей во сне в ухо залезло насекомое. Врачи не могли определить, чем она больна и предполагали менингит. Лечение не давало никаких результатов, пока в Старцевом Углу девочку с молитвой не омыли водой из источника Всех Святых. Также говорят, что свидетельницей этого явления была женщина из села Горки, у которой корова болела маститом. Женщина набрала бидон воды из источника, намазала корове вымя, и наутро корова стала доиться.

Удивительное чудо произошло по дороге, когда везли банки с водой на экспертизу. На банках, как обычно в этих случаях, были наклеены из обычной белой бумаги этикетки с указанием источника, из которого взята вода. Во время поездки на этикетках один за другим проявились лики: на банке с водой из источника Спиридона Тримифунтского — образ Святителя Спиридона, на другой банке — Святителя Николая, а на банке с водой из источника Божией Матери появились сразу два изображения: Господа и Его Пречистой Матери. Эти лики были видны всю дорогу, пока везли банки.

Старцев Угол — это святое место, оно общее духовное достояние всей России, а не только жите-

лей Мордовии или Нижегородской области. Для возрождения этого места, включения его в туристскую карту России, необходимо приложить совместные усилия и средства обоих регионов.

Таким образом, на основе мифов и легенд можно формировать позитивный туристский имидж территории. Туристские легенды выступают неосозаемым активом не только туристской дестинации. Этот нематериальный ресурс способен сыграть роль катализатора привлечения туристов даже на те территории, где нет уникальных природных или искусственно созданных туристских объектов. «Опыт показывает, как важно найти базовую идентификацию места — что есть тут такого, чего нет в других местах, городах... Начинать это лучше всего со стереотипов, которые уже сложились относительно этого места, особенно тех, которые способствуют привлекательности его образа, работать над его укоренением и развитием» [5, с. 201].

#### Библиографический список

1. Афанасьев О.Е. Функциональное значение и место туристских легенд в формировании привлекательных свойств дестинаций [Текст] / О.Е. Афанасьев // Вестник ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2015. № 1. С. 52–58.
2. Глинкина Ю.Л. Туристское легендирование как способ продвижения территории (на примере Красновишерского района Пермского края) [Текст] / Ю.Л. Глинкина // Культурно-историческое наследие как фактор устойчивого развития территории: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 7–8 декабря 2018 г. / Соликамский государственный педагогический институт (филиал) ФГБОУ ВО «ПГНИУ»; Г.Н. Захаренко, составление. — Соликамск: СГПИ, ООО «Типограф», 2019. С. 49–52.
3. Мокшина Е.Н. Из истории святых мест Мордовской земли [Текст] / Е.Н. Мокшина // Социально-политические науки. 2015. № 2. С. 12–17.
4. Спасо-Преображенская пустынь (Старцев Угол) URL: <https://turizmrm.ru/what-to-visit/religion/monasteries/savior-transfiguration-deserts> (дата обращения: 05.05.2020).
5. Тульчинский Г.Л. Total Branding: мифодизайн по-стинформационному общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре [Текст] / Г.Л. Тульчинский. СПб.: СПбГУ, 2013. 280 с.
6. Туристско-рекреационный потенциал Республики Мордовия: учебник [Текст] / Н.А. Емельянова, М.А. Жулина, В.М. Кицис [и др.]; под общ. ред. М.А. Жулиной. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. 188 с.
7. Ширинкин П.С. Новая дисциплина «Туристское легендирование» в учебном плане бакалавров по направлению «Туризм» [Текст] / П.С. Ширинкин // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10, № 3 (64). С. 73–91.
8. Ширинкин П.С. Туристское легендирование как метод использования символьических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории [Текст] / П.С. Ширинкин // Философские науки. 2016. № 4. С. 103–112.

**Н.Н. Козлова, Д.В. Наумкин, М.М. Степина, Е.С. Носкова**

000 «Сталагмит-Экскурс», г. Кунгур

Пермский федеральный исследовательский центр УрО РАН, г. Пермь

**УДК 913. 908**

## ЖИЛА-БЫЛА ЛЕГЕНДА...

**В** статье рассматриваются исторические основы легендирования пространства и окрестностей Кунгурской Ледяной пещеры (Пермский край) с начала экскурсионной деятельности А.Т. Хлебникова, которого, собственно, можно считать не только первым популяризатором, но и «мистификатором» подземного пространства. На примере двух театрализованных экскурсий показан современный опыт использования мифов и легенд для развития новых направлений экскурсионной деятельности в XXI веке. Формирование образа пещеры как уникального мифологического пространства основано на анализе исторического прошлого, обобщении и творческой переработке фактологического материала с использованием современных подходов (сторителлинга).

**Ключевые слова:** Кунгурская Ледяная пещера, экскурсии, легенды и мифы, легендирование подземного пространства, сторителлинг.

**N.N. Kozlova, D.V. Naumkin, M.M. Stepina, E.S. Noskova**

Stalagmit-Excurs, Kungur

Perm Federal Research Center, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Perm

### THERE WAS A LEGEND ...

The article discusses the historical foundations of the legend of the space and surroundings of the Kungur Ice Cave (Perm region) since the beginning of the excursion activity of A.T. Khlebnikov, who, in fact, can be considered not only the first popularizer, but also a "mystifier" of the underground space. Two theatrical excursions show the modern experience of using myths and legends for the development of new areas of excursion activity in the XIX century. The formation of the image of the cave as a unique mythological space is based on the analysis of the historical past, generalization and creative processing of factual material using modern approaches (storytelling).

**Keywords:** Kungur Ice Cave, excursions, legends and myths, the legend of the underground space, storytelling.

Психология, философия, культурология, лингвистика, литературоведение и другие науки являются той основой, без которой не может существовать и успешно функционировать сфера туризма. Современная креативная экскурсия представляет

© Козлова Н.Н., Наумкин Д.В., Степина М.М., Носкова Е.С., 2020.

**Козлова Надежда Николаевна,**  
методист-экскурсовод ООО «Сталагмит-Экскурс», г. Кунгур;  
[stalagmit@kungurcave.ru](mailto:stalagmit@kungurcave.ru)

**Наумкин Дмитрий Владимирович,**  
к.биол.н., научный сотрудник ПФИЦ филиал «ГИ УрО РАН», г. Пермь,  
[calliope28@mail.ru](mailto:calliope28@mail.ru)

**Степина Мария Михайловна,**  
экскурсовод ООО «Сталагмит-Экскурс», г. Кунгур,  
[ledineya@yandex.ru](mailto:ledineya@yandex.ru)

**Носкова Екатерина Сергеевна,**  
зам. директора ООО «Сталагмит-Экскурс», г. Кунгур;  
[stalagmit@kungurcave.ru](mailto:stalagmit@kungurcave.ru)

собой эксперимент по соединению известных смыслов места для создания его образа. В качестве методического приема современное экскурсоведение активно предлагает сторителлинг. Это коммуникационный прием, который использует весь потенциал устной речи для выявления элементов и образов историй, для побуждения воображения слушателей [3, с. 137–141]. Примем это определение как отправную точку и проведем небольшой экскурс-анализ создания креативных экскурсий и легендирования пространства на примере Кунгурской Ледяной пещеры.

Экскурсионный сторителлинг выступает как средство продвижения туристских территорий путем использования легенд, мифов, преданий, народных историй. А Кунгурская пещера, за более чем трехвековой период посещений, накопила их

достаточно и в настоящее время имеет опыт воспроизведения и использования этого наследия в повседневной экскурсионной работе.

Задолго до А.Т.Хлебникова, с 1860-х гг., местные жители рассказывали о «провалихах» на Ледяной горе, где спят русалки и лешие, а в пещере живут черти, берегущие клад атамана Ермака [15]. Этот сюжет бытовал довольно устойчиво – сундуки с золотом, якобы, плавали по подземным озерам, только приплыть такой сундук мог далеко не к каждому. В литературе о посещениях Кунгурской пещеры упоминаются народные легенды о скрывающихся в холода и темноте отшельниках-старообрядцах.

В 1914 г. первый экскурсовод пещеры А.Т.Хлебников рассказывал легенды о зимовке Ермака и его дружины в недрах «ковыльной горы», о чудных людях и древних городищах на Кунгурской земле. По сути, А.Т.Хлебниковым и было начато легендирование пространства пещеры. Он умело воспроизводил в экскурсиях кунгурские байки, былички, поверья, все, что было на слуху у горожан и старожилов. Так, им была «запущена» байка о собаке, которая бегала по пещере и вылезла из нее в Березовке, т.е. в 30 км от Кунгура. На наш взгляд, первый экскурсовод был потрясающим «мистификатором» подземного мира. Одно название грота Данте, вписанное им в подземную географию пещеры, уже вызывает восторг:

*Земную жизнь пройдя до половины,  
Я очутился в сумрачном лесу,  
Утратив правый путь во тьме долины.*

Безусловно, А.Т.Хлебников хорошо знал и глубоко изучил «Божественную комедию» великого поэта. И понимал скрытый смысл этого произведения, который говорит о том, как человек с помощью разума и чувств, пройдя жестокие испытания, становится сильным и просветленно-мудрым. И предположим, что перед началом экскурсии он и озвучивал этот посыл для туристов. Ведь дальше начиналась трудная тропа к Большому озеру и затем путь обратно... А.Т.Хлебников хорошо понимал, как много значат названия гротов — возвращение туристов на поверхность тоже происходило через грот Дантов Ад. И многим становилось понятно — «Ад» Данте был написан не для того, чтобы просто испугать. Великий Данте сострадал, сочувствовал грешникам и вывел «формулу Любви, что движет Солнца и Светила!». Обладая тонким пониманием мира пещеры, ее сурового, пугающего своей мощью камня, объемных пространств, искривленных линий ходов и пролазин, А.Т.Хлебников создавал поэтически-легендарный образ пещеры в сознании посетителей.

Впервые в практике отечественных подземных экскурсий он применил в пещере

«художественное» освещение в виде зажженной пакли на камнях. Особенности рельефа сводов, трещины, покровные льды и причудливые глыбы в сочетании с игрой света и тени давали возможность использовать этот прием в экскурсионной работе. Так, в гроте Данте две огромные глыбы создавали фантастический образ «царя тьмы». Одна глыба составляла туловище, а вторая — огромную голову с глазницами, куда вставлялась пакля, смоченная керосином. Это чудище производило сильный эффект, озвученный тернециями Данте. Оно сохранялось в гроте до 1980 г. Этот эффектный экскурсионный прием указывает на интуитивное понимание А.Т.Хлебниковым необходимости использовать не только научный, но и легендарный, мифический и сказочный материал для привлечения посетителей в пещеру.

Таинственные, иногда страшные, иногда романтические истории будоражили эмоции молодежи, побуждая ее к посещению Кунгурской пещеры, которое столетие назад превращалось в настоящее приключение [19]. Из этой серии истории о дочери купца, которая полюбила деревенского парня и сбежала из дома, чтобы тайно обвенчаться в пещере [12, с. 179–180]. Вот так, слушая рассказы местных жителей и используя их в практике экскурсий, первый экскурсовод А.Т.Хлебников начинал свою деятельность, искренне веря в то, что посещение пещеры каждому даст что-то важное для понимания мира собственной души.

Важно было не только увлечь посетителей легендами о пещере, но и рассказать об уникальности этого места. Первые буклеты А.Т.Хлебникова начинались с легенд о Ермаке. Прошло 106 лет со дня «запуска» легенды, а тайна пребывания атамана Ермака в пещере все еще не разгадана. Впрочем, это событие будут еще долго интерпретировать, и может быть, в течение XXI в. историки и сформулируют окончательное мнение о «пещерной» зимовке Ермака. Отметим, что текст о Ермаке был очень популярен в Кунгуре на протяжении XVIII-XX вв. [5; 10], и не случайно древнее городище на Ледяной горе называется Ермаковым, как отголосок народной любви и памяти о героях русской истории.

В XIX в. появился еще один «былинный» герой Кунгурской земли, которого называли «сыльвенский Ермак», этот образ тоже стал сказочно-былинным и звали его Василий Балагур. Был он работником на «железных пароходах» по р. Чусовой и кузнецом в Кунгуре, защитником простого народа. Таким образом, легендарная личность Ермака нашла свое воплощение в реально существовавших персонажах, о которых впоследствии тоже сложились легенды [8, с. 106-110].

Легендирование Кунгурской земли (как и любого другого места) может быть аутентичным, а может быть «притянутым за уши». Например, появление Великого Сибирского тракта, который с XVIII в. прошел через Кунгур, породило немало историй и легенд, связанных с темой купечества, торговли, ямщины. Или, например, многие жители Кунгура верили в существование многочисленных подземных ходов, соединяющих городские храмы, и проходящие даже под реками Сылвой и Иренью. Один из них вел и к зданию воеводской канцелярии, и в нем, якобы, были скрыты не только сокровища, но и документальные архивы, хранящие немало тайн. О тайне маленького мальчика — сыне главного сylvенского шамана — мне рассказала старая медсестра (Н.Н.) еще в 1980-х годах, когда я (— Н.К.) начинала работать в Кунгурской пещере экскурсоводом. В силу молодости этот рассказ был воспринят, как фантазия, и никак по-другому. Но шло время, и тема исторического культурного наследия коренного финно-угорского населения нашего края («древних остыков», «чуди»), связанные с ними археологические и этнографические артефакты Кунгурской земли привели к созданию на этой основе новой необычной экскурсии.

Два года назад авторами была разработана «этнофутуристическая-неомифическая» экскурсия «Предания старого шамана». Особенностью Прикамья является историческая память о легендарных предшественниках местного русского населения — чуди. Безусловно, русские не считали чудь своими предками, однако, надо сказать, относились к памяти об этом уральском народе с явным почтением. Уважение к чуди, выражавшееся в представлениях о прошлом и даже сборе «чудских» древностей, связано, очевидно, с культом предков — не кровных и даже не этнических, а территориально-исторических. Сам факт сохранения знаний о некогда живших в этих местах людях указывает на важную роль исторических воззрений в русской среде [18, с. 137]. Историк Г.Н. Чагин подчеркивал, что термин «чудь», «чудской» не носил сколько-нибудь четкий этнический характер; так обозначалось все, что относится к глубокой древности. Не случайно корень «чуд» весьма распространен на Урале: название населенных пунктов Чудиново, Чудово, речек Чудиновка, Чудовка, фамилии Чудин, Чудинов. Городища и курганы, оставшиеся на Пермской земле, также именуются и поныне «чудскими» [20, с. 110–111].

Расположение двух древних городищ — Кунгурского и Ермакова — над Кунгурской пещерой определило тематику театрализованной экскурсии «Предания старого шамана». Основа текста — метафизические размышления главного героя-шамана, озабоченного сохране-

нием гармонии мира, природы и людей. Процесс творчества при всей индивидуальности создателей всегда отражает психологическое состояние современного им мира, дух времени. Многое говорит и само пространство пещеры на языке камня, воды, огня.

Испокон веков наши предки считали камень вместе силицем духов, посредником между древними богами и человеком. И отношение к камню было у них особым. Историю рождения камня и происхождения озер в пещере (природные процессы) мы постарались выразить поэтическими образами из древних легенд. Звуки бубна и варгана погружают экскурсантов в мир далекого прошлого аборигенов нашей Кунгурской земли. Постепенно в ходе необычной экскурсии образуется связь темного потустороннего мира подсознания и видимого, внешнего мира, где главным является любовь ко всему сущему, любовь, которая жила у древних обитателей городищ, рек, лесов; именно любовь к природе и человеку — главный посыл в экскурсии... По сути, это еще и интеллектуальный эксклюзив, но вполне доступный для понимания всех возрастных категорий. Например, дети прекрасно ее воспринимают, и им даже не надо объяснять многого. Они хлопают в ладоши от того, что шаманом была спасена золотая баба, смело идут со свечами по темной тропе за Женщиной огня, пьют «волшебную» воду и разгадывают загадки шамана.

*Плагом меряя души и чутко межуя тела,  
Наша вера спасала-кусала-томила-  
велела-вела.*

*И с землистых запястий смотритель-  
старатель-скакун-скарабей,  
Я гляделся в роскошное зарево веры моей.  
И к песку свою душу склонив,  
как тугой водонос,  
Научился я плакать и петь, хохотать  
и божиться всерьез.*

П. Чечеткин

К мифическому пространству пещеры как всеобщему уральскому мифу можно отнести и экскурсию «По сказам Бажова», где пересекаются пространства горизонтали маршрута и вертикали мира. «П.П. Бажов, словно обладатель ключа земли, подарил нам возможность не просто смотреть, но видеть; подарил не просто богатство недр, но глубины нашей всечеловечности, подарил воспрявшний миф» [14, с. 97]. Народы, разделенные пространством, языком, культурой, имеют порой настолько близкие сюжеты мифов, что невольно возникают идеи о некоем едином матричном принципе. И сказы П.П. Бажова здесь не исключение. Их центральные образы произрастают из самых глубин общемировой культуры.

ры и фольклорного опыта как закодированной информации о далеком предисторическом прошлом человечества [4]. Создать на этой основе экскурсию-квест для школьников оказалось чрезвычайно сложно. От ее первоначального замысла до атлобированного воплощения прошло немало времени. В первую очередь нужно было сохранить язык, составляющий главное волшебство сказов П.П. Бажова, — своеобразный горнозаводской уральский говор, который плохо воспринимается жителями Центральной России (не случайно во многих изданиях П.П. Бажова в конце помещали даже словарь (!) непонятных для великороссов уральских слов и выражений [1, с. 85–90]). Трудным было и включение в подземный спектакль геологических тем. Рассказать о Кунгурской пещере в стилистике сказа так, чтобы гроты служили не просто декорациями, а подземный ландшафт «заговорил» бажовским текстом — это стало еще одной из творческих задач, стоящих перед коллективом. Плюс масса технических сложностей и проблем с костюмами и реквизитом... После проведения десятков пробных экскурсий со школьными группами, напряженной аналитической работы по их результатам мы выстроили сквозной сюжет из нескольких сцен, в которых главный герой отправляется в подземный мир за тайной [12, с. 180–181]. А откроется ли она ему? Решают участники экскурсии.

Сегодня появились новые мифы и легенды, основанные на трудах Ю.Н. Голубчикова. «До возникновения современной формы медикаментозной медицины суть человеческого организма передавала, по словам Фуко, «метафора лампы». Лампа горит, пока в ней есть масло. Жизнь продолжается, пока в организме не израсходована «врожденная энергия» [2, с. 20–25]. Так в экскурсионной практике Кунгурской пещеры начали внедрять ландшафтотерапию, геоцелительные зоны, лечение красотой, темнотой и тишиной [11, с. 165–169; 12, с. 174–176]. Все эти позиции интегрируются в возможности укрепления здоровья, привлекают тех, кому важен его внутренний мир, покой, созерцательность. В Кунгурской пещере все эти субъективные сущности имеют под собой реальные благоприятные для здоровья природные факторы.

И.С. Зырянова и Г.А. Зырянов [7, с. 29–36] рассматривают проектирование туристского маршрута как «творческое дело, где наука, практика, опыт и искусство играют свою роль». Легендирование территории приводит нас к «глубинному» пониманию сущности пространства... Рассмотрим этот прием на примере городского культурного пространства Кунгура — обратимся к его истории на одном из важнейших этапов экономического развития в середине XIX в.

«Этот запах скусный». В промышленной сфере Кунгур на протяжении XVII–XIX вв. лидировало кожевенное производство, продукция которого пользовалась повышенным спросом не только на Урале и в Сибири, но и в западной части России. Кунгур был городом кожевников. От работы сотен кожевенных предприятий в городе стоял резкий специфический запах, что отмечали все приезжие, в то числе и писатель В.И. Немирович-Данченко. Побывав летом 1875 г. в Кунгуре, он писал, что старые кунгуряки говорили, что они к нему «принюхались», более того — считали вкусным и полезным. Писатель приводит такой диалог со своей провожатой Феклой, которая вызывалась проводить его до гостиницы «Константинополь», когда он «заплутал».

— Этот запах скусный! — объясняла мне супница.

— Отчего?

— Здоровый, сказывают... Он от нутренних болезней чудесно действует [21, с. 98–99].

А вот об особой роли чая в местной торговле В.И. Немирович-Данченко совсем не упоминает... О превращении Кунгура в «чайный город» заговорили лишь в конце XIX века. А спустя столетие на этой почве родился еще один миф: «Кунгур — чайная столица». Прекрасный бренд для мифологической туристики, к тому же имеющей официальный сертификат. Сегодня чаепитие, благотворительность, меценатство кунгурского купечества, жизнь православных приходов, монастырей, различных сословий уездного города — постоянная тематика исторических и краеведческих исследований. В городе появился замечательный музей Истории купечества Урала, памятник купцу А.С. Губкину, памятник русскому самовару. Возникли частные фирмы по изготовлению кунгурских пряников и сувениров, связанных с чайной тематикой. На наш взгляд, чайная тема была взята из городского «исторического фонда». Это яркий пример того, как создаются легенды про исторический город, и какие последствия (вполне материальные) они могут иметь для него. Ведь не только чайная тематика способна стать основой для этого. Огромный пласт исторического наследия, включающего и дореволюционную, и советскую составляющую, представляет собой, например, то же кожевенное производство. К каким последствиям (в том числе экономическим) может привести в будущем его брендирование и легендирование? Что будет главным в легендах города завтра?

Так историческое прошлое существует и будет воздействовать на создание легендарного текста любого пространства — города, гор, пещер, любой точки постоянно меняющегося мира! Главное — изучать краеведение, историю места, ведь именно это является основой

брендирования! А как рассказать историю ярко, интересно, создать у туриста яркий образ территории, раскрыть ее индивидуальность? Что, помимо фактов, может привлечь к местности «своего» туриста? В российской туристике лет семь назад экскурсионисты стали использовать слово сторителлинг (жуткий англицизм, появившийся в результате привычки копировать все иностранное) вместо простого понятия — рассказать интересно, захватывающе, впечатлить, оставить в памяти яркий положительный образ. Психологический аспект развития «рассказывания историй» (сторителлинг дестинаций) был взят на вооружение экскурсионистов из психологии для кинематографии [6, с. 287; 13, с. 98–106; 9; 16; 17]. В принципе, ключевой составляющей сторителлинга является сюжет, разработанный с использованием классических подходов, в т.ч. русских фольклористов-исследователей В.Я. Пропла, А.Н. Афанасьева, великого Д.С. Лихачева.

Чтобы подземное пространство Кунгурской пещеры и дальше оставалось привлекательным для туристов, и новые экскурсии соответствовали запросам, даже еще не озвученным в обществе, мы наметили несколько стратегий, одна из которых — использование легендирования на тематических экскурсиях. Ведь, по большому счету, легенды, если их осмыслить и не переходить исторических границ XX в., всегда будут привлекательны для умной аудитории, ищущей новые смыслы в познании себя.

«На вершине горы жила Легенда... Со всех концов земли шли к ней люди, чтобы научиться у нее мудрости. И вот как-то вышли из ее дома четыре человека, погостиивших у нее какое-то время.

— До чего же Легенда проста да незамысловата! — говорит один.

— Нет, Легенда сложна! — отвечает второй.

— Какие сложности? — вступил в разговор третий. — Легенда — это просто рассказ.

— Не просто рассказ, — возразил четвертый. — А рассказ, в котором скрыта тайна». Вот так: каждому из нас легенда дает ровно столько, сколько он готов у нее взять [22, с. 207].

#### **Библиографический список**

1. Бажов П.П. Малахитовая шкатулка. М.: ЭКСМО, 2003. С. 85–90.
2. Голубчиков Ю.Н. Искусство жить // География и туризм. 2019. Вып 1. С. 20–25.
3. Гусейнова А.Г. Особенности экскурсионного сторителлинга на примере объектов экскурсий религиозной тематики Ярославской области // География и туризм. 2019. №2. С. 137–141.
4. Демин В.Н., Зеленцов С.Н. Загадки Российской цивилизации. Сакральная история, география, этнография. М.: ВЕЧЕ, 2004. 477 с.
5. Ёлтышева Л.Ю. Легенды и были о Ермаке // Муниципальный архив в современном информационном пространстве: Мат. архивно-краевед. конф., посв. 70-летию архивного дела в Ординском районе. Орда, 2008. С. 41–47.
6. Зайцева Л.А. Киноязык: опыт мифотворчества. М.: ВГИК, 2010. С. 287.
7. Зырянова И.С., Зырянов Г.А. Территориальная организация туризма на острове Тасос // География и туризм. 2019. №2. С. 29–36.
8. Иванов А.В. Железные караваны. Пермь: Книжный мир, 2006. С. 106–110.
9. Индик У. Психология для сценаристов: Построение конфликта в сюжете. М.: Альпина нон-фикшн, 2019. 348 с.
10. Козлова Н.Н. Окрестности Кунгура как мифологическое пространство. Этнографические экскурсии в деревне Ермака // Туризм в глубине России. Пермь: ПГНИУ, 2012. С. 172–175.
11. Козлова Н.Н., Наумкин Д.В., Кобелев А.Ю. Развитие подземного экскурсионного пространства: из прошлого в будущее // Изучение и использование естественных и искусственных подземных пространств и закартированных территорий: Мат. II Крымских карстологических чтений. Симферополь, 2018. С. 165–169.
12. Козлова Н.Н., Наумкин Д.В., Морозова С.В. Кунгурская пещера — известная и неизвестная. Кунгур: Стала-гим-Экскурс, 2016. 194 с.
13. Немиринский О.В. О психотерапии и поэзии, а также о тренинге психотерапевтов // Журнал практического психолога. 2009. № 3. С. 98–106.
14. Новопашин С.А. Уральский миф. Создание мифологем как фактор успешного ребрендинга. Екатеринбург: Раритет, 2007. С. 97.
15. Подюков И.А., Поздеева С.М., Хоробрых С.В., Черных А.В. В каждой деревне чё-то да разно: Из кунгурской семейной традиции (двадцатый век). Пермь: Тип. купца Тарасова, 2007. 284 с.
16. Салахиева-Талал Т. Психология в кино: Создание героев и историй. М.: Альпина нон-фикшн, 2020. 349 с.
17. Талал А. Миф и жизнь в кино: Смыслы и инструменты драматургического языка. М.: Альпина нон-фикшн, 2019. 349 с.
18. Теленков А.В. Региональная идентификация русских Среднего Урала в контексте национального самосознания // Русский мир. Сб. мат. Всерос. науч.-практич. конф. «Сохранение уникальных черт русской культуры». Пермь, 2005. С. 137.
19. Теплоухов К.Т. Ледяная пещера // Природа и охота. 1898. Кн. 2.
20. Чагин Г.Н. История в памяти русских крестьян в середине XIX – начале XX века: Учеб. пособие. Пермь, 1999. С. 110–111.
21. Шилов А.В. Кунгур в конце XVIII – начале XIX века: организация управления и социально-экономическое развитие // Грибушиинские чтения – 2013. Кунгурский диалог. Кунгур, 2013. С. 98–99.
22. Широченская А.Г. Глубокий колодец. 107 христианских притч для чтения и размышления. М.: Триада, 2011. 207 с.

**А.Г. Гусейнова**

Информационно-методический Центр Невского района, г. Санкт-Петербург

**УДК 379. 851**

# ОСОБЕННОСТИ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

**В**данной статье автор описывает основные особенности военно-патриотического направления образовательного туризма Санкт-Петербурга и Ленинградской области, приводится определение понятия «военно-патриотический образовательный туризм», рассматриваются объекты материальной и нематериальной культуры. Автор дает характеристику экскурсионных программ военно-патриотической тематики: экскурсионный маршрут «Дорога жизни», «Сестрорецкий рубеж», «Музей-диорама «Прорыв», «Блокадная комната семьи Агте», «Городгерой Кронштадт» и другие. Данные экскурсионные программы находят широкое применение в практической деятельности.

**Ключевые слова:** образовательный туризм, военно-патриотическое направление, Санкт-Петербург, Ленинградская область.

**A.G. Guseinova**

Information and Methodological Center of the Nevsky District of St. Petersburg

## THE MILITARY-PATRIOTIC DIRECTION FEATURES OF EDUCATIONAL TOURISM ON THE EXAMPLE OF EXCURSION PROGRAMS OF ST.PETERSBURG AND LENINGRAD REGION

In this article the author describes the main features of the military-patriotic direction in educational tourism of St. Petersburg and the Leningrad region. The article provides definitions of «military-patriotic educational tourism», also, objects of material and intangible culture are considered. The author considers military-patriotic excursion programs on the following examples: excursion route «Doroga Zhizni», «Sestrorecksii Rubezh», museum-diorama «Proriv», «Blockade room of the Agte family», «Hero City Kronstadt» and others. Considered excursion programs are widely used in practice.

**Keywords:** educational tourism, military-patriotic direction, St. Petersburg, Leningrad region.

На сегодняшний день особенно актуален вопрос развития военно-патриотического направления образовательного туризма. Президент Владимир Путин объявил 2020 год Годом памяти и славы в честь 75-летия Победы в Великой Отечественной войне. В регионах формируются новые туристские маршруты,

открываются выставки, модернизируются экспозиции музеиных объектов, раскрывающих особенности военной истории; проводятся событийные мероприятия, посвящённые 75-летию Победы [3].

Согласно определению, военно-патриотический образовательный туризм представляет собой посещение туристами мест, с которыми связаны выдающиеся исторические события [8].

Элементами показа экскурсий военно-патриотического образовательного туризма являются объекты материальной и нематери-

© Гусейнова А.Г., 2020.

**Гусейнова Алёна Гадировна,**  
методист Информационно-методического Центра Невского  
района, г. Санкт-Петербург;  
[aljonka2401@mail.ru](mailto:aljonka2401@mail.ru)

альной культуры. К объектам материальной культуры можно отнести памятники архитектуры и скульптуры, посвящённые подвигам воинов и тружеников тыла времен Великой Отечественной войны; предметы быта, личные вещи солдат-участников Великой Отечественной войны, ордена и наградные знаки. В тоже время, объектами материальной культуры являются Музеи боевой славы и выставки, элементы ландшафта — поля сражений и битв. Важно подчеркнуть то, что поля битвы традиционно активно используются организаторами образовательных туров в качестве экскурсионных объектов [2]. В туристских целях на полях сражений используются лишь отдельные объекты показа — монументы и мемориальные объекты, элементы природного (леса, реки, овраги, возвышенности) и искусственно-го (дороги, населенные пункты, отдельные здания и сооружения) происхождения, функциональные взаимосвязи и пространственное сочетание элементов ландшафта. Весьма убедителен тот факт, что совокупность этих характеристик отражает военно-образовательный потенциал данной местности. Материальные следы сражения, которые можно продемонстрировать экскурсантам, обычно состоят из разрушенных укреплений, преобразованных элементов первичного ландшафта, использованных боеприпасов, обломков оружия, захоронений. Вдобавок ко всему вышеизказанному, культурно-историческая ценность полей сражений выражается превращением их территорий в достопримечательные места, предназначенные для осмотра туристами. Одновременно на некоторых из них создаются музеи с экспозициями. В свою очередь, к объектам нематериальной культуры относятся: воспоминания ветеранов Великой Отечественной войны, книги памяти, медиапроекты (к примеру «Лента памяти»), элементы солдатского фольклора времен Великой Отечественной войны (песни, стихи и прочее) [1].

В Санкт-Петербурге свято хранится память о событиях Великой Отечественной войны. В городе большое число музеев патриотического направления; мемориалов и скульптурных сооружений на эту тему. Кроме того, открываются новые экспозиции и «знаковые» места, посвящённые подвигу героев; формируются экскурсионные программы для обучающихся. Яркими примерами петербургских экскурсионных программ патриотической направленности, посвящённых событиям Великой Отечественной войны, являются: «Дорога Жизни», «Сестрорецкий рубеж», «Музей-диорама «Прорыв»», «Блокадная комната семьи Агте», «Город-герой Кронштадт» и многие другие.

Экскурсионный маршрут «Дорога жизни» раскрывает историю трагических событий Блокады, позволяет ознакомиться с монументальными сооружениями, расположеными вдоль дороги. «Дорога жизни» представляет собой летом — водный, а зимой — ледовый путь, соединяющий Ленинград с «большой землей» по Ладожскому озеру, что служил в годы войны единственной транспортной магистралью. В процессе экскурсии школьники посещают музей «Дорога Жизни», где размещаются фотографии и документы, оружие и реликвии войны, электрифицированные карты и схемы, модели кораблей, самолетов и автомашин, составляющих яркое представление о беспримерном мужестве и стойкости защитников Ленинграда, о труднейших условиях, в которых работали люди, обеспечивая бесперебойную связь осажденного города со страной. На открытой площадке музея «Дорога жизни» представлена легендарная полуторка, подлинные корабли и самолеты отечественного ВМФ: катер малый охотник за подводными лодками типа «М0-IV», тендер-плашкоут, построенный в 1942 году в Ленинграде на Адмиралтейских верфях; буксир «Ижорец-8», самолет Ли-2Т [12].

«Сестрорецкий рубеж» — экскурсия, в ходе которой школьники увидят и посетят доты и полукалониры, увидят изнутри оборонительные сооружения, располагающиеся на территории Сестрорецкого рубежа. Яркой составляющей экскурсионной программы является игра-зарница, в ходе которой школьники окунутся в армейские будни. Во время игры-зарницы ребят ожидает полоса препятствий, обучение метанию гранат, строевая подготовка, штыковая атака и многое другое, что позволяет полностью прочувствовать атмосферу военной подготовки. В добавок ко всему, юных бойцов будет ждать горячий обед, приготовленный на полевой кухне [13].

При посещении «Музея хлеба» ребята узнают рецепт блокадного хлеба, увидят карточки, по которым его выдавали. Экскурсанты прослушают рассказ о жизни блокадного города и почувствуют себя его жителями, перевоплотившись в пекаря, шофера, почтальона. Во время экскурсии «С мечтой о хлебе» школьники собирают вешмешки, пишут и отправляют фронтовые письма- треугольники, слушают метроном и видят в блокадном зале буржуйку, репродуктор и хлебный паек — «125 блокадных грамм с огнем и кровью пополам» [9].

Интересна обзорная экскурсия «Город-герой Кронштадт». Важно отметить, что огромную роль в обороне Ленинграда во время блокады сыграл город Кронштадт.

Во время экскурсии ребята проедут по легендарному городу, увидят его неповторимый архитектурный облик, прогуляются по Якорной площади и посетят восхитительный Морской собор [11].

Одной из ярких экскурсионных программ патриотической направленности является музейное занятие «Блокадная комната семьи Агте» в мемориальном музее «Разночинный Петербург». На музейном занятии «Блокадная комната семьи Агте» юные экскурсанты познакомятся с жизнью блокадного города через предметы быта, рассмотрят подлинные экспонаты и реплики. Тема блокады раскрывается на примере судьбы конкретной семьи, проживавшей в годы войны в окрестностях музея [7].

Во время экскурсии «Прорыв блокады Ленинграда» школьники узнают о героическом подвиге войск в одной из важнейших операций по прорыву блокады Ленинграда — операции «Искра». В процессе экскурсии ребята посещают два объекта «Невский пятачок» и музей-диораму «Прорыв блокады Ленинграда». Экскурсанты увидят легендарный «Невский пятачок» — небольшой левобережный плацдарм, захваченный у неприятеля в сентябре 1941 г. «Невский пятачок» стал своеобразным ключом к Ленинграду — приводил к себе вражеские войска почти на два года, не давая им продвинуться вперед. Важно отметить, что именно на этом участке Ленинградского фронта, где предпринимались неоднократные попытки прорыва блокады, в боях так называемого местного значения решалась судьба Ленинграда. Еще одним объектом посещения экскурсии является Музей-диорама «Прорыв блокады Ленинграда», что представляет собой монументальное полотно ленинградских художников, посвященное операции «Искра». Кроме того, экскурсионная программа предусматривает рассмотрение экспозиции «Танки Прорыва» — боевую технику, участвовавшую в операциях по прорыву блокады Ленинграда [5].

Панорама «Прорыв» — экскурсионная программа, во время которой ребята посещают новую уникальную экспозицию музея-панорамы «Прорыв», что открыта к 75-годовщине прорыва блокады Ленинграда в тех местах, где проходили самые ожесточенные бои. Музей-панорама «Прорыв» — одна из самых масштабных панорам в мире: как по площади, так и по количеству экспонатов. В первом зале — мультимедийном — ребята увидят видеохронику попыток прорыва и анимированный фильм о блокадных днях. В основном (втором) зале воссоздана атмосфера боя 13 января 1943 года у деревни Арбу-

зово. Все фигуры на трёхмерной панораме запечатлены в движении. В ходе автобусной части экскурсии предусмотрена остановка и посещение мемориала на Невском пятачке.

Экскурсионная программа «Подвигу твоему, Ленинград!» рассказывает о трагических событиях за всю историю города. Школьники узнают о том, как жил город в эти страшные 900 дней. В ходе экскурсии ребята услышат, какой подвиг совершили жители осажденного Ленинграда: как работали, не щадя сил, какие лишения выпали на их долю, как укрывали музейные ценности и памятники, какой вклад внесли дети, принимавшие участие наравне со взрослыми. По желанию в экскурсию может быть включено посещение Пискаревского мемориального кладбища.

Музей Обороны и Блокады Ленинграда — это единственное культурно-просветительское учреждение, чья деятельность полностью посвящена истории Ленинградской битвы в ходе Второй мировой войны. В экспозиции музея представлены документы и личные вещи времен Отечественной войны. Экспонаты отражают мужество и героизм жителей города, отстоявших Ленинград. Во время экскурсии дети узнают о величайшем подвиге простых жителей Ленинграда и тех, кто был с ними на Дороге Жизни... [6].

Особенно ярко представлена интерактивная экскурсионная программа с игрой-зарницей в Военно-морском музее. Данная программа состоит из трех составных частей. В первой экскурсионной части ребята узнают об основных морских операциях в ходе войны, о роли Балтийского флота в годы блокады, вспомнят о морских десантах и героях моряков не вернувшихся с той войны, поговорят о судьбах и победах морских адмиралов. Во второй части ребята разделятся на морские отряды, получат учебное боевое задание, выполнив которое станут настоящими морскими дьяволами. В свою очередь, третья часть включает элементы зарницы, где ребята научатся основам семафорной азбуки, вязать морские узлы, оказывать помощь пострадавшим и многое другое. В завершение экскурсионной программы школьники будут посвящены в моряки [10].

Для обучающихся представлена экскурсионная программа военно-патриотической тематики в Мемориальном комплексе подводной лодки Д-2 «Народоволец». Мемориальный комплекс подводной лодки Д-2 «Народоволец», основанный Центральным военно-морским музеем, представляет собой памятник истории кораблестроения. Комплекс сохраняет память о героях-подводниках Великой Отечественной войны. Важно

отметить, что за военный период лодка совершила четыре боевых похода, выпустила девятнадцать торпед, уничтожила четыре корабля противника. Экскурсия по мемориальному комплексу позволяет познакомиться с внутренним устройством подводной лодки, со всеми ее отсеками, с ее вооружением, а также узнать о деятельности военного экипажа Балтийского флота [10].

Кроме того, познавательна экскурсионная программа на Ледокол Красин. Данная программа состоит из двух структурных элементов: обзорной экскурсии и игры-соревнования. В процессе обзорной экскурсии ребята услышат рассказ об истории ледокольного флота, о назначении и роли особого судна – ледокола, об исследованиях Арктики, о подвигах экипажа ледокола, о жизни и работе полярных мореплавателей. В экскурсию включена прогулка по палубе «Красина», осмотряют офицера, капитана и начальника научной экспедиции, кают-компании, капитанского мостика: рулевой и штурманской рубки. В ходе игры-соревнования «Юнги, вперед!» школьники ознакомятся с морской терминологией, особенностями жизни на корабле, назначением приборов и приспособлений, а также — с сигналами ледовой авиаразведки и сигнальными флагами, смогут передать сообщение азбукой Морзе и провести корабль среди льдов. Выполнение заданий потребует от участников умения работать в коллективе, проявлять внимание, смекалку, ловкость и находчивость [4].

В заключении, необходимо подчеркнуть, что экскурсионные программы военно-патриотической тематики отличаются многообразием и высокой вариативностью. В Санкт-Петербурге и Ленинградской области выделяется большое число объектов экскурсий военно-патриотического направления, что свято хранят память о подвигах воинов, тружениках тыла, трагических событиях Великой Отечественной войны и Великой Победе.

#### **Библиографический список**

1. Гусейнова А.Г. Особенности интерактивных форм работы музеев образовательных организаций Ярославской области. // Современные проблемы туризма и сервиса. 2016, т. 10. №2. С. 64–72.
2. Гусейнова А.Г. Особенности проведения анимационных экскурсий// Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: сборник научных трудов XI Международной научно-практической конференции (5–6 декабря 2018 г.). М.: Московский государственный институт индустрии туризма им. Ю.А. Сенкевича, 2018, С. 28–35.
3. Гусейнова А.Г. Современные тенденции развития образовательного туризма в Ярославской области // Тенденции и перспективы развития индустрии туризма и пути повышения финансовой грамотности в сфере управления курортами, материалы международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, 2018, С. 40–45.
4. Ледокол Красин. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krassin.ru/> (дата обращения: 13.02.2020).
5. Музей-заповедник «Прорыв блокады Ленинграда». [Электронный ресурс]. URL: [http://lenoblmus.ru/museum/muzeuy\\_zapovednik\\_prorvy\\_blokady\\_leningrada/](http://lenoblmus.ru/museum/muzeuy_zapovednik_prorvy_blokady_leningrada/) (дата обращения: 13.02.2020).
6. Музей Обороны и Блокады Ленинграда [Электронный ресурс]. URL: <http://blokadamus.ru/#> (дата обращения: 13.02.2020).
7. Музей «Разночинный Петербург» [Электронный ресурс]. URL: <https://spbmmrp.ru/> (дата обращения: 13.02.2020).
8. Погодина В.Л. Образовательный туризм и его роль в профессиональной компетенции учителей географии: автореф. дис. докт. пед. наук. СПб.: ГОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет имени А.И.Герцена», 2009. С.12.
9. «Санкт-Петербургский музей Хлеба». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.muzei-xleb.ru/eksposicii/2016-04-22/hleb-blokadnogo-goroda> (дата обращения: 13.02.2020).
10. Центральный военно-морской музей имени императора Петра Великого. [Электронный ресурс]. URL: <http://navalmuseum.ru/filials/narodovolec> (дата обращения: 13.02.2020).
11. Экскурсия «Кронштадт в годы Великой Отечественной войны. Кронштадт — город-герой» [Электронный ресурс]. URL: <https://kraevedspb.ru/tour/ekskursiya-kronshtadt-v-gody-velikoj-otechestvennoj-vojny-kronshtadt-gorod-geroj/> (дата обращения: 13.02.2020).
12. Экскурсии в Санкт-Петербурге «Город на ладони». [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/spbnaladoni> (дата обращения: 13.02.2020).
13. Экскурсия «Сестрорецкий рубеж». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.alexandria-guide.ru/leningradsakya-oblast/mesta-boevoj-slavy/ekskursiya-sestroreckij-rubezh> (дата обращения: 13.02.2020).

**А.В. Фирсова, А.А. Чурин**

Пермский государственный национальный исследовательский университет

**УДК 911.3**

# РАСШИРЕНИЕ ЛИТЕРАТУРНОГО ЛАНДШАФТА МУЗЕЯ «ДОМ ПАСТЕРНАКА» ПУТЁМ СОЗДАНИЯ КВЕСТ-ИГРЫ

**С**овременный литературный музей увеличивает свое экспозиционное пространство, осваивая близлежащие территории — природные и культурные ландшафты. Постепенно вокруг музея формируется заповедная территория — литературный ландшафт, включающий места мемориальные и ассоциативные. Разработка квест-игр в реальности может стать эффективным способом расширения литературного пространства музея. На примере квеста «Живаго в пленау» показано как территория поселка Всеволодово-Вильва становится площадкой для литературной игры и может использоваться для расширения услуг музея «Дом Пастернака».

**Ключевые слова:** литературный ландшафт, квест, музей, Б.Л. Пастернак, «Доктор Живаго».

**A.V. Firsova, A.A. Churin**

Perm State University

## EXPANSION OF THE LITERARY LANDSCAPE AROUND THE PASTERNAK HOUSE MUSEUM BY CREATING A QUEST GAME

The modern literary museum is expanding its exhibition space, mastering the nearby territories, natural and cultural landscapes. Gradually, a special territory is formed around the museum — a literary landscape, including memorial and associative places. The development of quest games in reality can be an effective way to expand the literary space of the museum. On the example of the quest «Zhivago in captivity», it is shown how the territory of the village of Vsevolodovo-Vilva becomes a platform for literary play and can be used to expand the services of the Museum «House of Pasternak».

**Keywords:** literary landscape, quest, museum, B.L. Pasternak, Doctor Zhivago.

**Литературный музей и ландшафт.** Вокруг литературных мест регионального и национального значения, как правило, появляются музеи. Пермский край не является исключением: в г. Чусовом работает «Литературный музей В.П. Астафьева», в п. Троица «Мемориальный дом-музей В.В. Каменского» (филиал Пермского краеведческого музея — далее ПКМ),

в п. Всеволодово-Вильва — музейный комплекс «Дом Пастернака» (филиал ПКМ). Значительный вклад в сохранение литературной памяти вносят сотрудники краеведческих музеев: В.Т. Шаламову посвящена обширная экспозиция в Красновишерском краеведческом музее; история уральской ссылки О.Э. Мандельштама представлена в виде мемориальных объектов в Литературном сквере в г. Чердынь; в Осинском краеведческом музее (филиал ПКМ) рассказывают о жизни и творчестве В.В. Бианки, оказавшегося во время Великой Отечественной войны в эвакуации в г. Оса. Город Березники прочно связан с судьбой поэта А.Л. Решетова и залы, посвященные его творчеству, открыты в литературном музее «Алконост» (филиал Березниковского историко-художественного

© Фирсова А.В., Чурин А.А., 2020

**Фирсова Анастасия Владимировна,**

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

**Чурин Андрей Александрович,**

магистрант кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет, экскурсовод;  
*a\_churin@mail.ru*

музея). В Перми, в здании МАОУ СОШ №2 создан музей, посвящённый детской литературе Л.И. Давыдовичева [8].

Общемировая тенденция развития литературных музеев заключается в том, что они стремятся преодолеть границы мемориального объекта и расширяют свое пространство до музеев-заповедников, включая в орбиту культурного проектирования близлежащие ландшафты: 1) ландшафты, связанные с повседневными занятиями и перемещениями писателя; 2) ландшафты ассоциативные — места разыгрывания литературных сюжетов; 3) достопримечательности, значимые с точки зрения локальной истории. По определению В.Н. Калуцкова, литературный ландшафт представляет собой сложный локус литературно-географического пространства, образ которого связан с определенным литературным именем [3, с. 78]. Основу литературного ландшафта составляет «центральное литературное место» («музей-усадьба» или «квартира писателя»), относительно него выстраиваются литературные места «второго порядка» — от мест прогулок «гения места», до адресов его литературных героев. Места второго порядка и формируют сложный феномен — литературно-географическое пространство, которое позволяет творчески интерпретировать культурное наследие, в неразрывной связи с вмещающим ландшафтом. Художественная литература расширяет типологию культурных ландшафтов за счет введения понятия «художественно-ассоциативный ландшафт», где произведение искусства может быть признано полноценным предметом анализа конкретного культурного ландшафта; влияет на его наполнение и понимание [4, с. 37]. Игра с текстом и местом помогает создавать разнообразные проекты — экскурсии, квесты, фестивали, лаборатории, флэш-мобы, перформансы и др. Эти проекты призваны закрепить за территорией статус «литературного места», привлечь к ней новых туристов.

Если кратко проанализировать проектную деятельность литературных музеев Пермского края, мы также отметим это движение в сторону создания литературных ландшафтов: «Линия В.П. Астафьева в г. Чусовом» (маркированное пространство в городе, которое включает места жизни и работы писателя, маршруты его повседневных прогулок); «Экологическая тропа Виталия Бианки» (включает локации удобные для наблюдений за жизнью птиц — *bird watching*); квест-игра по краеведению «Пермь кинематографическая». Один день из жизни Ивана Семёнова» проводится в Перми по местам съемок художественного фильма); литературный аудиогид по Чердыни «В Чердыни голубе» (доступен на *izi.travel* самосто-

ятельному туристу); художественные пленэры в п. Троица призваны отразить в живописи великолепные пейзажи родины В. Каменского. Для музея «Дом Пастернака» освоение близлежащего пространства и включение в экскурсионные маршруты природных и исторических достопримечательностей п. Всеволодо-Вильвы является актуальной задачей.

Музей с вдохновляющим названием «Дом Пастернака» во Всеволодо-Вильве открылся для посетителей в 2008 году. Здание, где располагается музей — это реконструированный дом управляющего химическими заводами С.Т. Морозова. Управляющим заводами в 1915-1916 гг. был молодой учёный, биохимик Б.И. Збарский. В этом доме, зимой и весной 1916 года семейство Збарских (Борис Ильич и Фанни Николаевна, а также их давний знакомый, литературный критик и беллетрист Евгений Лундберг) встретили, обогрели, вдохновили совсем юного, 26-летнего Бориса Пастернака. В этом доме в 1916 году на короткое время возникла атмосфера творческого кружка. Пастернак возвращается к занятиям музыкой, которые оставил семь лет назад, но в итоге, отходит от музыки и обретает себя как поэт. Уральские впечатления, приобретенные здесь, начинают питать его поэзию и прозу — от ранних стихотворений «Урал впервые», «На пароходе», «Из марбургских воспоминаний», до «Повести», «Детства Люверс» и главного произведения его жизни — романа «Доктор Живаго». Действие второй части романа проходит в уральском городе Юрятине и далеком имении Варыкино, в описании которых легко угадываются черты губернской Перми и заводских поселков Саввы Морозова — Всеволодо-Вильвы и Иваки (ныне уже не существующей).

Музей «Дом Пастернака» в последние двенадцать лет стал смысловой локацией в туре «Всеволодо-Вильва — Голубые озера», где финальным аккордом является посещение знаменитых Александровских «голубых озер» — глубоких известняковых карьеров, заполненных водой бирюзового цвета, напоминающей лазурь Средиземного моря в жаркие летние дни. Но при посещении ключевых объектов данного тура — музея «Дом Пастернака» и двух озёр «Озеро Глубокое» и «Голубое озеро» — как будто чего-то не хватает. Программа не отражает всего глубокого прошлого территории Александровского района, не хватает в маршруте и мемориально-ассоциативных литературных мест. У туристов возникает ощущение, что на переезде от музея «Дом Пастернака» до голубых озер, а это около 5 км, ничего нет — нет истории поселка, нет современной социально-культурной жизни, нет связи этих мест с литературным наследием. В то же время поселок

Всеволодо-Вильва — это уникальный «перекресток российской культуры», он связан не только с жизнью Бориса Пастернака, но и деятельностью князей Всеволожских, миллионера и мецената Саввы Морозова, писателя Антона Павловича Чехова [2]. Послереволюционная история этих мест не менее драматична: жестокие бои Гражданской войны, спецпереселенцы и раскулаченные 1930-х, военнопленные итальянцы 1943-1944 гг. Интересно и доисторическое прошлое территории — долина реки Яйвы и Чаньвы была местом миграций народа манси, Чаньвинская пещера — это не только ООПТ, но и объект сакральной географии. Александровский район в целом интересен с точки зрения ландшафтных характеристик. Его пограничное положение на стыке Уральских гор и Предуральского краевого прогиба определяет разнообразные полезные ископаемые территории — от оgneупорной глины и известняков до чикманских алмазов. Природные ландшафты представлены тайгой и южно-сибирскими лесами. Окрестности Всеволодо-Вильвы способны задержать туриста на сутки, в том случае, если будут сформированы дополнительные экскурсионные программы в духе познавательного и активного туризма на стыке литературы и географии. Во время экскурсионной программы или тура выходного дня важно постоянно напоминать туристам о разнообразии местного культурного ландшафта. Формой такого напоминания, при наличии дополнительного времени, может стать литературно-краеведческий квест. Квест, который отразит особенности территории, выбранной Борисом Пастернаком местом действия известного романа, и поможет проявить аспекты культурного ландшафта. Квест пояснит, почему данная территория стала знавкой для писателя, чем она может быть интересна читателю-туристу.

«Quest» в переводе с английского языка означает «загадка, головоломка, вопрос, поиск». Для разработки сценария квеста в реальности нам потребуется изучить планировку поселка, определить места, значимые с точки зрения локального нарратива, выявить локации, символически сопоставимые с романом. Мы попытаемся собрать воедино смыслы территории, созвучные сюжету романа «Доктора Живаго», особенно второй, главной части романа, действие которой разворачивается в Варыкино, в уральской таежной глухи. В этом смысле применим ряд теоретических изысканий в сфере литературной географии, когда пространство литературное и географическое взаимодействуют как единое целое, а художественный текст выступает своеобразным путеводителем [1]. При таком подходе литературный квест охватит разнообразные локации поселка: Морозов-

ский парк и долину речки Кичиги, улицы Голова и Лоскутова — героев Гражданской войны, памятник расстрелянным красногвардейцам, школу им. А.П. Чехова, арт-объекты площадки «Городок детства», местную пекарню и кузницу, музей «Дом Пастернака». При этом сюжетным стержнем квеста станет история Юрия Андреевича Живаго. Главным потрясением у Юрия Живаго на Урале был плен в партизанском отряде, поэтому и сам литературный квест назван «Живаго в плену». И даже если участники литературного квеста не знакомы с сюжетом романа, не знают истории поселка, то через решение конкретных задач, у них возникнет ощущение вовлеченности в исторические события этого места и его литературный миф.

Литературный квест «Живаго в плену» был разработан во время «Лаборатории экскурсования», организованном музеем «Дом Пастернака» накануне фестиваля «Terra Cotta на Вильве», при участии авторов статьи. Цель двухдневной лаборатории состояла в привлечении местных жителей к проектированию новых турпродуктов на территории поселка. Литературный квест был апробирован во время фестиваля 10 августа 2019 года для сборных экскурсионных групп. Продолжительность квеста составила 1 час 20 мин.

### Программа квеста «Живаго в плену»

Локация 1. Морозовский парк, п. Всеволодо-Вильва, координаты 59.222196, 57.432062. Квест начинается на фестивальной поляне в Морозовском парке, группа встречается в беседке в назначенное время. Ведущий озвучивает легенду: Юрий Живаго попал в плен в партизанский отряд и выбрался из этого пленя, сейчас он находится в п. Всеволодо-Вильва, он должен понять, как ему вернуться в Юрятин. Группа помогает герою выполнить задания и «выбраться» из поселка. В беседке группа находит письмо от Лары Антиповой. Письмо в конверте, но без марки. Текст письма:

*«Милый Юрочка, в тот вечер, после нашего долгого разговора, ты уехал, почти не простившись и вот уже несколько дней и недель, и более месяца от тебя нет ни одной весточки! Если это твое решение — быть с семьей, я все принимаю. Но ходят упорные слухи, что ты в плену... Я пытаюсь верить, что это не так! Прошу, если это возможно, дай знать о себе! Я так волнуюсь, но надеюсь, что всё скоро образуется. Надеюсь, ещё раз увидеть тебя и узнать, что с тобой всё хорошо! Молю Бога, чтобы он хранил тебя. Прошу напиши мне ответ в Юрятин по прежнему адресу. Дом напротив Дома с фигурами. Антиповой Л.Ф. Надеюсь, что для письма найдется марка! Лара». Задание 1. Помоги Жива-*

го найти марку. Группе вручается карта поселка, на которой отмечено здание с граффити «Почтовая марка» с портретом Пастернака, это здание просматривается от фестивальной поляны. Время в пути 5 мин.

Локация 2. Здание с граффити «Почтовая марка». п. Всеволодо-Вильва, ул. Свободы, 78, координаты 59.221018, 57.431389. Группа находит почтовую марку, наклеивает ее на конверт. Задание 2. Помоги Живаго найти почту. Группа находит на карте здание почты и отправляется к нему самостоятельно. Время в пути 15 мин.

Локация 3. Почта, п. Всеволодо-Вильва, ул. Лоскутова, 5, координаты 59.215436, 57.433544. Группа находит здание почты. На входных дверях размещено объявление: «Жители Всеволодо-Вильвы! Публичная казнь большевиков-активистов состоится на окраине поселка в 20:00. Смерть зачинщикам гражданского кровопролития! Возродим государство российское! Верховный Правитель России адмирал Александр Васильевич Колчак, Генерал Анатолий Николаевич Пепеляев». Задание 3. Найти «место казни» большевиков. На карте отмечен объект «Памятник красногвардейцам». Время в пути 7 мин.

Локация 4. «Памятник красногвардейцам», п. Всеволодо-Вильва, ул. Свободы, координаты 59.216598, 57.429991. У памятника Гражданской войне группа находит санитарную сумку, в ней письмо красногвардейца своей жене: «Дорогая моя Маруся! Я доблестно сражаюсь за наше молодое рабоче-крестьянское государство! Мой дух крепок и силы есть! Был ранен в плечо, но меня быстро вылечил доктор Живаго, замечательный, человек! Он такой же внимательный, как тот доктор, который, помнишь, бывал в наших местах, давно, еще до Первой империалистической войны. И даже, помнишь, открыл на поселке первую школу! Ну в общем, горячий тебе революционный привет! Я сбит и доволен. Да вот еще прибилась к нашему отряду смешная такая собака, мы назвали ее Каштанка. Она очень напоминает мне о доме. Ах, как бы я хотел посмотреть на него! Всегда твой, красногвардеец Мехонюшин Алексей». Задание 4. «Имя доктора узнай, его школу опознай». Время в пути 10 мин.

Локация 5. Школа им. А.П. Чехова, п. Всеволодо-Вильва, ул. Лоскутова, 7, координаты 59.215599, 57.436300. Группа приходит к бюсту Чехова. У памятника размещен информационный пост: «Антон Павлович Чехов — один из самых читаемых и почитаемых в мире русских писателей. Чехов гостил во Всеволодо-Вильве 23–25 июня 1902 года по приглашению Саввы Морозова. Здесь в его присутствии была открыта новая школа, которая по сей день носит имя писателя. В ночь на

26 июня он отбыл железной дорогой в Пермь. Антон Павлович Чехов известен как автор драматических произведений «Три сестры», «Вишневый сад», «Чайка» и юмористических рассказов «Толстый и тонкий», «Каштанка», «Лошадиная фамилия», «Каменский на аэроплане», «Крыжовник». Задание 5. «Лишнее слово найдешь — подсказку обретешь». Группа должна определить, что лишнее слово здесь «аэроплан». В поле зрения находится одноименный арт-объект. Время в пути 3 мин.

Локация 6. Арт-объект «аэроплан», п. Всеволодо-Вильва, ул. Лоскутова 7, координаты 59.215608, 57.435276. Группа находит записку — цитату из романа «Доктор Живаго», часть XIV «Опять в Варыкино»: «на обед, изготовленный впрок на три дня из свеженачатых запасов, Лариса федоровна подала вещи небывалые: картофельный Суп, Капусту и жареную баранину, Такую очную и вкусную, что радостно было представить, что такие вещи еще существуют! Но верх блаженства составил пирог с рябиной, на хрустящей корочке которого красовались 26 пунцовыми ягод». Задание 6. Расшифровать адрес следующей локации. Получить пирог с рябиной. Время в пути 7 мин.

Локация 7. Пекарня. п. Всеволодо-Вильва, ул. Лоскутова, 26, координаты 59.215100, 57.441854. Группа приходит в пекарню. Спрашивает булку с рябиной. В булке спрятана записка со стихотворением Пастернака «Из Марбургских воспоминаний»:

Достаточно тягостно солнце мне днем,  
Что стынет, как сало в тарелке из олова,  
Но ночь занимает весь дом соловьем,  
И дом превращается в арфу Эолову [6, с. 42].

Группа выходит из булочной и видит на тумбе афишу: сеялки/молотилки/ подковы/ арфы эоловы/ Заказы принимают кузнецы/ адрес ул. Советская, 95. Задание 7. Найти кузнечную мастерскую. Время в пути 15 мин.

Локация 8. Кузнечная мастерская, п. Всеволодо-Вильва, ул. Советская, координаты 59.220013, 57.433563. Возле кузницы, в «эоловой арфе» спрятан коллаж цитат из произведений Пастернака:

Я тоже любил, и дыханье  
Бессонницы раннею ранью  
Из парка спускалось в овраг, и в потьмах  
Вытархивало на архипелаг  
Полян, утопавших в лохматом тумане,  
В полыни и мяте и перепелах [5, с. 49].

«Их путь лежал по широкому пустому простору. Там и сям одинокими пучками с кистями цветений на концах росли деревянистые, высоко торчащие стебли лебеды, чертополоха, иван-чая» [7, с. 268].

*Иван-да-марья, зверобой,  
Ромашка, иван-чай, татарник,  
Опутанные ворожбой,  
Глазеют, обступив кустарник [5, 449 ].*

Задание 8. «Букет соберешь, в «Дом Пастернака» попадешь». Время в пути 15 минут.

Локация 9. Музей «Дом Пастернака», ул. Свободы, 49. координаты 59.223700, 57.429795. Группа приходит в музей, вручает букет сотруднику музея. Если букет собран правильно, то группа получает задание 9: «*Кто бы вы ни были, гости нашего дома, я верю, что вы — друзья! Тёплые вещи для Юрия Андреевича Живаго вы найдете в зеленой гостиной. Они остались от прежнего жителя — молодого поэта Бориса Пастернака. Будет замечательно, если Вам подойдут эти вещи, и вы сделаете фото на память так же, как сфотографировался однажды наш дорогой гость*». Группа проникает в дом, свитер спрятан в чемодане в экспозиции «Зеленая гостиная». Здесь же на веранде музея прикреплена фотография Пастернака в свитере. Группа получает новое задание: «*Известно, что Чехов во Всеволодо-Вильве гостил и сделал фото в Морозовском парке. На фоне деревьев. Этих деревьев было много. А сейчас осталось одно. Найдите это дерево и впишите его название в текст*». Время в пути 10 минут.

Локация 10. Морозовский парк, п. Всеволодо-Вильва, координаты 59.222196, 57.432062. Задание 10. «*Как известно, Антон Павлович Чехов гостил во Всеволодо-Вильве. Три дня он провел в заводской гостинице — «приезжей». Он гулял по парку. Сидел на скамье над речкой Кичигой. И каждый день отправлялся с удочками на рыбалку. На память о днях, проведенных Чеховым во Всеволодо-Вильве, осталось несколько фотоснимков. На одном из них писатель сидит на фоне дерева. Этих деревьев было много в парке. А сейчас осталось одно. Найдите дерево и впишите его название в указанную Чеховым фразу: «Хорошо у Вас тут! ... ! Не то что у нас в Ялте».* Группа идет в парк, на фестивальную поляну. Находит нужное дерево, вписывает его название в письмо и сообщает о прохождении квеста — бьёт в рынду, закрепленную на дереве. Квест завершен. Время на выполнение итогового задания 7–10 минут.

**Проблемы и перспективы проекта.** Для подготовки и проведения данного квеста требуется как минимум два организатора. Время подготовки квеста — не менее 2-х часов. Из реквизита нужны: заготовки писем, санитарная сумка, пирог с рябиной, афиша, свитер, рында. Игровой сценарий напоминает ход игры «12 записок» с элементами ориентирования

на местности. Возможно рассмотреть варианты прохождения квеста двумя группами на время, но по разным маршрутам. Возможно добавление новых локаций: библиотека, мастерская «Артель», Чеховский ключик, памятник военно-пленным итальянцам, памятник ВОВ и др. Сложно предположить, выполним ли квест группой самостоятельно, без ведущего. Препятствиями для прохождения квеста могут стать погодные условия — сильный дождь или мороз. Перспективы дальнейшей реализации квеста связаны с переводом заданий в режим онлайн — группа находит локацию, делает фото, отправляет оператору и получает следующее задание через мобильное приложение. Но отдельные предметы реквизита — пирог с рябиной, свитер должны быть в реальности. В любом случае, данный проект — это попытка развития литературного музея в сторону формирования литературного ландшафта, это игровой способ знакомства с рабочим поселком Всеволодо-Вильва, его повседневной жизнью и историко-культурными сюжетами. Иными словами, литературный квест — важная составляющая посещения любого литературного музея. Именно через такую форму подачи материала происходит вовлечение туриста в культурный ландшафт и узнавание имен, ставших гением места.

#### Библиографический список

1. Абашев В.В. Фирсова А.В. План местности: литература как путеводитель // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. Вып. 4. С. 98–104.
2. Всеволодо-Вильва на перекрестке русской культуры: Книга очерков / Отв. ред. В.В. Абашев; Пермский общественный фонд культуры «Юрятин»; Пермский гос. уч-т. — СПб.: Издательство «Маматов», 2008. — 304 с., ил.
3. Калуцков В.Н. Культурная география России. Часть 1. Учебное пособие. М.: Факультет иностранных языков и регионоведения МГУ, 2016. С. 74–79.
4. Любичанковский А.В. Феномен литературного ландшафта // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2015, Т. 1 (67), С. 30–40. [Электронный ресурс] URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_25655967\\_27517373.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_25655967_27517373.pdf) (дата обращения 10.05.2020).
5. Пастернак Б.Л. Стихотворения и поэмы /Сост. Е.Пастернак. М.: Худож. лит., 1988. — 511 с.
6. Пастернак Б.Л. «Тут чудно хорошо...» Стихи и письма из Всеволодо-Вильвы. СПб.: Изд-во «Маматов», 2011. — 112 с., илл.
7. Пастернак Б.Л. Собрание сочинений в 5 т. Т.3. Доктор Живаго: Роман. — М.: Худож. Лит., 1990. — 734 с.
8. Фирсова А.В. Литературные места Прикамья в туризме // Литературное краеведение в школе. Сб. науч.-метод. материалов. Пермь, 2018. С. 216–227. [Электронный ресурс] URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_36992691\\_43280007.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36992691_43280007.pdf) (дата обращения 10.05.2020).

**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
5. Оценка туристского потенциала и туристское районирование
6. Культурная география
7. Экскурсионный практикум, музейное дело
8. «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 марта и до 15 октября текущего года в электронном виде по e-mail: [firssowa@mail.ru](mailto:firssowa@mail.ru) и [turizm@psu.ru](mailto: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 1/2020

Корректор А.В. Фирсова  
Компьютерная верстка: В.В. Сидоров

**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 24.08.2020  
Выход в свет: 30.08.2020  
Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 13,48  
Тираж 250 экз. Заказ 1463.

## ТУРИЗМ В ГЛУБИНЕ РОССИИ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, отдавая преимущество работам географического профиля. Тем не менее, журнал печатает интересные результаты исследований по отраслевым, технологическим вопросам туризма и туристского сервиса, маркетинга турпродуктов, работы по экскурсоведению и туристскому легендированию.

В настоящий выпуск журнала включены статьи, которые поступили в оргкомитет Всероссийского научно-практического семинара «Туризм в глубине России», традиционно проходящего в Пермском крае раз в два года в форме активного путешествия (сплава). Из-за ограничений, связанных с предупреждением распространения коронавирусной инфекции, очный формат семинара был отменён, а материалы докладов составили содержание настоящего выпуска журнала.

В журнал включены статьи представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды из городов Пермь, Москва, Санкт-Петербург, Саранск, Иошкар-Ола, Краснодар, Ростов-на-Дону, Азов, Кунгур.

В статьях номера рассмотрены вопросы теории и практики туризма, развития отдельных видов туризма в регионах. Ряд статей посвящен проблемам, которые испытывает отрасль в связи с введением мероприятий по предотвращению распространения COVID-19. Подняты актуальные вопросы и международного, и внутреннего туризма. Современная туристская сфера рассматривается на примере многих регионов и городов России.

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



# СЧАСТЬЕ НЕ ЗА ГОРАМИ