ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ
фундаментальные и прикладные исследования

Материалы
XVI Международной
научно-практической конференции

Московская область, г.о. Химки
5 октября 2021 г.

Москва • Университетская книга • 2021

УДК 379.85+910(082)
ББК 75.81+28.8
Т86

Организаторы конференции:
МГУ имени М.В. Ломоносова (Географический факультет)
Российская международная академия туризма (РМАТ)
Российская академия наук (РАН)
Русское географическое общество (РГО)
Национальная академия туризма (НАТ)
Российский союз туриндустрии (РСТ)
АО «Центральный совет по туризму и отдыху» (холдинг)

Конференция проведена при поддержке
Федерального агентства по туризму (Ростуризм)
Правительства Московской области
Совета депутатов г.о. Химки

Редакционная коллегия:
С.А. Добролюбов – член-корреспондент РАН, декан Географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор
Е.Н. Трофимов – ректор РМАТ, профессор, доктор политических наук
В.И. Кружалин – вице-президент НАТ, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма Географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор
С.П. Шпилько – почетный президент РСТ, заведующий кафедрой менеджмента и экономики РМАТ, кандидат экономических наук, доцент
Н.Н. Лагусева – проректор по научной и инновационной деятельности РМАТ, доктор педагогических наук, профессор

Рецензент:
Котляков В.М. – почетный президент РГО, научный руководитель Института географии РАН, академик РАН

Т86 **Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования:** материалы XVI Международной научно-практической конференции (Московская обл., г.о. Химки, 5 октября 2021 г.). – М.: Университетская книга, 2021. – 694, [12] с.

ISBN 978-5-98699-356-0

Рассматриваются методологические и образовательные аспекты туризма и рекреации, состояние внутреннего туристского рынка, современные информационно-коммуникационные технологии в туризме и гостеприимстве, формирование региональных бизнес-моделей устойчивого развития туризма в современных условиях.

УДК 379.85+910 (082)
ББК 75.81+28.8

ISBN 978-5-98699-356-0

© Российская международная академия туризма, 2021
© Оформление. РМАТ, «Университетская книга», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Материалы пленарного заседания

Приветствия гостей

Добролюбов С.А. 13
Догузова З.В. 14
Пугиев В.Г. 15
Мейтес Е.Е. 16
Дряннов А.П. 18
Котляков В.М. 20
Лермонтов М.Ю. 21

Выступления и доклады

Трофимов Е.Н.
Качество подготовки специалистов для сферы туризма и рекреации в условиях глобального кризиса: новые форматы и мировые тенденции 23

Кружалин В.И.
Основные направления фундаментальных и прикладных исследований в сфере рекреации и туризма в условиях активной трансформации глобальных процессов 40

Шпилько С.П.
Развитие этнотуризма в России: реалии и перспективы 46

Романова Г.М.
Концептуальный подход к формированию системы управления персоналом индустрии гостеприимства в условиях цифровой трансформации 53

Власова Т.И., Данилова С.Н., Англинов К.А.
Экономический аспект развития культурно-образовательного туризма в России 57

Арзамасцев К.А.
Векторы развития гостиничной индустрии
в период постпандемии 68

Дзенго Марианджела
О повышении рентабельности гостиничной
индустрии Италии..... 71

Диас Родригес Даниэла
Анализ ситуации после пандемии
и возможности достижения устойчивого туризма..... 76

Коррес Джордж М.
Экономика культуры и региональное развитие..... 81

Доклады на научных секциях

Секция 1. Теория, методология и практика рекреации туризма

Артемьев А.М., Абдреева Ш.Т.,
Байбуриев Р.М., Жумадилов А.Р.
Предпосылки развития сельского туризма в Катон-
Карагайском районе Восточно-Казахстанской области 97

Астанин Д.М.
Социокультурные факторы развития
экологического туризма..... 109

Верещака Т.В., Билибина Н.А., Биктимирова Н.М.,
Ковалева О.В., Степанченко А.Л.
Теория и практика картографического
обеспечения туризма..... 128

Вобликов В.М.
Обеспечение безопасности туризма как элемент содержания
подготовки специалистов в сфере туризма в вузе..... 134

Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И.
Геотуризм в расширении предметного поля наук
о Земле и их верификации..... 144

Жарков И.А.
Дестинации религиозного туризма за рубежом и в России ... 155

Здоров М.А.
Основные методологические принципы оценки
туристско-рекреационного потенциала региона 165

Казакевич Т.А.
Развитие детского туризма в России: второе дыхание 169

Королёва Е.Г., Тупов С.С.
Оценка эпидемической опасности рекреационных
ландшафтов национальных парков 177

Краснокутская Н.С.
Методические подходы к общественно-географической
оценке туристско-рекреационного потенциала региона
(на примере Черноморского района Республики Крым
Российской Федерации)..... 188

Лавренова С.А.
Православное паломничество: история и современность ... 203

Мичеева Н.М.
Патриотическое воспитание студентов
через изучение культурно-исторического краеведения
на занятиях иностранного языка 214

Пакина А.А.
Рекреационное значение экосистемных функций
национального парка «Лосиный остров» 222

Пенкина Н.В., Чернявская О.В.
Подходы к анализу туризма
как социально-философского феномена..... 230

Снытко В.А., Голубчиков Ю.Н.
Рекреационные аспекты творчества профессора МГУ
Николая Андреевича Гвоздецкого 238

Шабаков А.А.
Научно-методические основы туристско-рекреационного
районирования для реализации мер государственной
поддержки в сфере туризма 253

Секция 2. Образование и подготовка кадров для рекреации и туризма в условиях пандемии и постпандемии

Беломестнова М.Е.
Опыт высшей школы прикладных наук Бремерхафена в подготовке кадров для круизной индустрии в период пандемии и постпандемии 265

Жилкова Ю.В., Чумикова С.Ю.
Особенности подготовки кадров по направлению «Реклама и связи с общественностью» для агротуристского кластера 271

Зорина Г.И.
Инновационные формы занятий со студентами в деятельности Клуба волонтеров Всемирного наследия 279

Серова О.В., Салихова Г.К., Майорова Н.А.
Демонстрационный экзамен как вид оценки качества профессиональной подготовки 285

Шульгина О.В., Шульгина Д.П.
Событийный туризм и событийный подход в образовании: поиск эффективного взаимодействия в условиях пандемии и постпандемии 297

Секция 3. Современные информационно-коммуникационные технологии в туризме и гостеприимстве

Гаджиева Е.А.
Теория и практика визуализации учебной информации при профессиональной подготовке бакалавров (направление «Туризм») 306

Медведь Н.А., Медведь В.И., Магер Н.П.
Современные информационно-коммуникационные технологии в экологическом туризме в районе Южного Приморья 313

Саяпин С.П.
Функциональные возможности сайтов гостиниц
на современном этапе развития информационных
технологий 321

Шариков В.И.
Использование туристских онлайн-сервисов
в современных условиях 325

Секция 4. Тенденции и перспективы развития внутреннего и международного туризма

Арсений Р.М.
Категория гостиницы как фактор соответствия
услуг ожиданиям потребителей 331

Брель О.А., Кайзер Ф.Ю.
Идентификация гастрономических брендов
Кемеровской области 340

Бутузов А.Г.
Новейшие тенденции и краткосрочные перспективы
развития отечественного и зарубежного
этнокультурного туризма 350

Валькова Т.М., Жигарева М.И.,
Кокшарова А.А., Косарев К.И.
Современное состояние и перспективы
развития туризма в Липецкой области 357

Гагина Н.В.
Природный потенциал как фактор устойчивого развития
«зеленого» туризма (на примере Миорского района
Республики Беларусь) 381

Гладкий А.В.
Рекреационный потенциал
туристических дестинаций Украины 389

Гудковских М.В., Сулейманова К.А.
Эстетическая оценка тюменских
термальных источников 397

Дорофеев А.А.
Дестинации и потоки экотуристов в Австралии 405

Жагина С.Н.
Тенденции и перспективы развития туризма
на Европейском Севере России
(на примере Архангельской и Мурманской областей) 413

Жуков П.В., Фомин А.А., Малашенкова С.В.
Туристско-рекреационный потенциал и развитие туризма
в заповеднике «Восток Финского залива» 427

Карпович В.С., Уткина Н.В.
Разработка межрегионального турпродукта
«За жидким янтарем» для российского рынка
внутреннего туризма 438

Коваленко В.В., Давыдова Л.А.
Влияние пандемии COVID-19 и «Великой перезагрузки»
на развитие туризма в мире 454

Кружалин К.В., Туркина А.А.
Мегасобытия и перспективы использования
спортивной инфраструктуры
в постсобытийный период 464

Кузнецова Н.В., Аршинова В.В.
Малые географические открытия:
семейный и ПДР-туризм 476

Макушин М.А.
Территориальные особенности развития
винного туризма в России 495

Мартанус Е.Р.
Проблемы развития внутреннего туризма
по итогам летнего сезона 2021 года 507

Мартынова В.А.
Современное состояние, проблемы
и перспективы развития туризма
в Республике Гвинея-Бисау 515

Мирошниченко П.Н.
Конный туризм в России: проблемы
и перспективы развития 521

Нефедова Л.В., Рафикова Ю.Ю.
Перспективы энергообеспечения туризма
в Астраханской области с использованием
гелиоэнергетических ресурсов 530

Пушкарева Л.В.
Перспективы развития внутреннего туризма
в Российской Федерации 544

Рудский В.В.
Перспективный туристский объект Московской области.... 551

Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А.
Велотуризм как инструмент регионального развития..... 559

Соловцов А.А.
Старинные некрополи: проблемы
и перспективы развития внутреннего туризма 572

Соловьев Д.А., Нефедова Л.В.
Арктика как среда обитания человека
в условиях климатических изменений и энергоперехода 579

Третьякова Т.Н., Аракчеева А.Н.
Особенности устойчивого развития гостиничной цепи
Shangri-La Hotels and Resorts..... 590

Фрыгин А.В.
Социальный сертификат как новый инструмент
повышения эффективности оказания
государственных услуг в сфере развития
индустрии туризма..... 602

Хабриева М.Н., Торкунов О.В.,
Губина А.Н., Гафиятуллина К.И.
Особенности формирования ресурсов
туристской инфраструктуры Республики Татарстан..... 610

Яковенко Н.В., Комов И.В., Диденко О.В.
Брендинг территории в контексте развития
человеческого капитала региона..... 618

Яковлева Е.А.
Нормативно-правовое обеспечение государственной
поддержки внутреннего туризма в современных условиях
и тенденции его развития 628

Секция 5. Формирование региональных бизнес-моделей устойчивого развития туризма в современных условиях

Егоров Е.В.
Формирование региональных моделей развития туризма и креативной экономики в России 634

Зорин А.И.
Хронотоп праздника в рекреационном проектировании 641

Зорин И.В.
Ведущие категории курса «Туризм и Всемирное наследие»: память – памятники – наследие – след 649

Лозовская С.А., Степанько Н.Г.
Рекреационно-туристский потенциал и экологические проблемы Чукотского полуострова 662

Рассохина Т.В.
Проблемные направления развития туризма в регионах Российской Федерации, выявленные в ходе мониторинга системы управления устойчивым развитием туризма 679

Резолюция XVI Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования»

МАТЕРИАЛЫ
ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ

Приветствия гостей

С.А. Добролюбов,
член-корреспондент РАН, декан Географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, д-р геогр. наук, профессор

Уважаемый Евгений Николаевич, уважаемые коллеги!

Я очень рад приветствовать нашу конференцию, которая проходит уже 16-й раз. Первые конференции проходили на базе Географического факультета МГУ по инициативе только что созданной кафедры рекреационной географии туризма, которую сразу же возглавил Виктор Иванович Кружалин, один из наших сопредседателей. Это абсолютно новое для географического образования направление стало одним из ведущих. Я очень рад, что оно активно развивается не только в МГУ, но и в нашей стране, в том числе благодаря Российской международной академии туризма.

В этот день, когда мы отмечаем международный праздник всех преподавателей, я хотел бы поздравить не только преподавателей, но и студентов с тем, что наша туристская отрасль развивается такими интенсивными темпами. Очень надеюсь, что наша встреча подведет итог тому новому, что стало развиваться последние несколько лет в сфере туризма в России. Но мы не только подведем итоги, но и наметим движение в тех направлениях, которые наиболее интересны. И, кроме того, не будем забывать, что рекреационная география туризма – это не только практическая отрасль, но и фундаментальная наука. Мне кажется, что здесь, где ведется подготовка кадров высшей квалификации, именно научные направления также должны развиваться в наибольшей степени.

Я очень рад, что у нас установились довольно тесные связи между Российской международной академией туризма и Московским государственным университетом – это залог успешного развития всего высшего образования в сфере рекреационной географии и туризма. Надеюсь, что наша конференция будет успешной, и мы еще не раз встретимся и в этом зале, и в других городах России, подведем итог тому новому и лучшему, что будет создано в нашей отрасли. Еще раз успехов конференции и здоровья вам, друзья!

З.В. Догузова,
руководитель Федерального агентства по туризму

Уважаемые участники конференции!

Сегодняшнее мероприятие является очень важным для Российской международной академии туризма и для других российских вузов, представители которых принимают в нем участие, а значит, поддерживают и разделяют ваши взгляды по подготовке кадров для развития туризма в России.

Внутренний туризм еще не обладает теми возможностями, которые должны вывести его в ранг важнейших отраслей для социально-экономического развития страны. При том, что Россия обладает уникальной по красоте природой, богатым историческим и культурным наследием, мы значительно отстаем от мировых лидеров туризма по всем основным показателям эффективности отрасли, в том числе в части внутренних поездок по стране, вклада в ВВП, экспорта услуг, количества отраслевых рабочих мест. Но в течение 5–10 ближайших лет туризм должен стать драйвером для восстановления региональных экономик, для развития туристско-рекреационных кластеров Дальнего Востока, Приморского края, Байкала и других территорий нашей страны.

Мы запустили Национальный проект по развитию туризма и гостеприимства в РФ. Но ни одна программа или проект не смогут быть реализованы без профессионалов, владеющих современными технологиями, опирающихся на мировые тренды в сфере развития туризма, использующих уникальный практический опыт России, обладающих проектным мышлением и исследовательскими компетенциями. Поэтому проблема подготовки конкурентоспособных специалистов для сферы туризма, владеющих новейшими информационно-коммуникационными технологиями в сфере гостеприимства и рекреации, является весьма важной, требующей наличия вузов, колледжей в каждом регионе России, которые могли бы осуществлять обучение в соответствии с потребностями и спецификой региона.

Российская международная академия туризма более 50 лет готовит кадры для туристской отрасли. Здесь есть чему учиться, у кого учиться и, главное, кому учиться.

В содружестве с вузами мы сможем сделать так, чтобы туризм в России укреплял позиции нашей страны во всем мире, формировал ее имидж, повышал благосостояние наших граждан, развивал интерес и любовь к ней.

Желаю всем участникам конференции творческих успехов!

В.Г. Пугиев,

президент АО «Центральный совет по туризму и отдыху» (холдинг)

Уважаемые участники и гости конференции!

Развитие туризма и рекреации сегодня – это национальная задача номер один, поскольку с этим направлением связывают и благополучие наших граждан, и их здоровье, и экономическое состояние регионов, и создание новых рабочих мест, и перенаправление финансовых и инвестиционных потоков.

Пандемия и другие катаклизмы нашего времени увеличили количество проблем, стоящих перед отраслью, которые

касаются, прежде всего, человеческого фактора: наличия востребованных специалистов сферы туризма и качества их подготовки.

На примере нашего холдинга, который включает в себя три санатория в разных регионах России, можно сказать: не хватает профессиональных, компетентных специалистов (и не только медицинских работников), которые могут решать и управленческие, и организационные, и рекреационные задачи.

В целом на сегодняшний день российская система подготовки кадров для сферы туризма и рекреации переживает период интенсивных перемен, обусловленных адаптацией к глобальному рынку труда, необходимостью подготовки специалистов нового поколения – людей цифровой эпохи, основанной на практических и информационно-коммуникационных знаниях, ориентированной на мировой уровень развития в соответствии с запросами общества.

Проблемы, которые сегодня будут обсуждаться на конференции, позволяют надеяться, что ученые и педагоги, студенты и представители туристской отрасли, объединившись в рамках этой конференции, внесут существенный вклад в развитие отечественного туризма как на теоретическом, фундаментальном, так и на практическом уровнях.

Поздравляю всех участников конференции и желаю плодотворной научной работы!

Е.Е. Мейтес,
заместитель руководителя Аналитического центра при Правительстве РФ, руководитель проектного офиса по туризму

Добрый день, уважаемые коллеги!

Я рад приветствовать вас. В первую очередь, хочу выразить признательность работникам сферы образования и поздравить всех присутствующих, причастных к профессио-

нальному празднику – Дню учителя. В вашем лице хочу поблагодарить весь преподавательский состав нашей страны за качественное образование на всех его уровнях и неоценимый вклад в развитие общества.

Когда мы говорим о качественном образовании, в первую очередь хочется подчеркнуть, что основой достижения национальной цели, безусловно, являются кадры, в том числе и в туристской индустрии, что объясняется высокой долей межличностного общения в процессе предоставления туристам различных услуг и сервисов. В связи с этим я считаю, что туризм сегодня, с учетом того внимания, которое уделяется этой отрасли со стороны государства, а также исходя из естественного запроса граждан на отдых внутри своей страны, нуждается в квалифицированных, опытных кадрах. Именно поэтому одной из важнейших задач, запущенных в этом году Национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства», является реализация мероприятий, направленных на повышение кадрового потенциала.

Хочу отметить, что образование в туризме должно отвечать на большой спектр вопросов, так как туристская отрасль объединяет в себе различные секторы экономики, такие как строительство, транспорт, гостевое хозяйство, цифровые технологии, торговля и многие другие. И в этой связи ключевым аспектом деятельности проектного офиса по туризму, конечно, считаю взаимодействие с представителями образования и экспертами по ряду направлений данной отрасли. Так, уже сейчас совместно с тремя высшими учебными заведениями – МГУ, Финансовым университетом и Российским государственным университетом туризма и сервиса – мы подготовили методические указания для проведения пилотного рейтинга вовлеченности субъектов Российской Федерации в реализацию Национального проекта.

Данный рейтинг был предложен к реализации курирующим вице-премьером Дмитрием Николаевичем Чернышенко. И мы буквально несколько дней назад представили на его рассмотрение данный проект. В пилотный рейтинг включены 26 различных показателей, два из которых касаются кадрово-

го потенциала – это динамика изменения числа мест в высших профессиональных и средних учебных заведениях по программам подготовки «Туризм и гостиничное дело» и динамика отношения числа мест в высших и средних профессиональных учебных заведениях по программам подготовки «Туризм и гостиничное дело» к доле лиц трудоспособного возраста в субъекте Российской Федерации. По итогам анализа данных показателей мы сможем выявить регионы с наиболее успешным опытом по достижению целей национального проекта и в последующем создать площадку для обмена лучшими практиками.

В заключение своего приветственного слова хочу напомнить, что 2021 год в России объявлен Годом науки и технологий. Мы действительно наблюдаем прорыв в достижениях социального прогресса в этих сферах, но совместными усилиями и дальше следует совершенствоваться в данном направлении, чтобы обеспечить эффективное использование огромного научного и технологического потенциала, человеческого и природного капитала страны в долгосрочной перспективе.

Хочу выразить благодарность организаторам Международной научно-практической конференции и пожелать плодотворной работы ее участникам. А также поблагодарить МГУ имени Ломоносова за приглашение и выразить надежду на дальнейшую слаженную и продуктивную работу на базе Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации. Благодарю за внимание!

А.П. Дряннов,
председатель Совета депутатов г.о. Химки

Начнем нашу сегодняшнюю конференцию с поздравления всех преподавателей Российской международной академии туризма с Днем учителя! Это серьезный праздник, значимый

для всех. В жизни каждого человека было, есть и будет такое понятие, как учитель. Поэтому всех вас еще раз с праздником!

Нам, городскому округу Химки, повезло, потому что на его территории находится такое замечательное учебное учреждение, как РМАТ, которому уже более 50 лет. За это время выпущено более 50 тысяч специалистов в сфере туризма. И сегодняшняя конференция, которая посвящена развитию методологии туристского бизнеса, туристской индустрии, – это настолько же важно, насколько и интересно для всех. Понятно, что в последнее время отношение к туризму, особенно к внутреннему, изменилось. Пандемия внесла свои коррективы в понятие «туризм». Теперь туризм – не просто лежание на пляже, но и ознакомительный, и особенно рекреационный туризм. Потому что многим, кто столкнулся с такой неприятностью, как коронавирус в легкой или тяжелой форме, туризм требуется не только как познание, как отдых, но и как восстановительные процедуры. Поэтому это, конечно, вносит свои коррективы и в саму методологию, в том числе особенно во внутреннем туризме.

Я уверен, что по результатам работы конференции будут выработаны определенные новые направления по развитию этой индустрии. А любое новое направление всегда требует кадров, которые будут это направление воплощать в жизнь. Хочу отметить, что РМАТ, которая готовит высококвалифицированные кадры, со своей задачей справится. Мы видим, что каждый год потребность и интерес к туристской специальности растет. Евгений Николаевич каждый год набирает все больше и больше студентов. Всем желаю успехов в работе конференции!

В.М. Котляков,
почетный президент Русского географического общества,
научный руководитель Института географии РАН, академик РАН

От имени Русского географического общества и от себя лично приветствую организаторов, участников и гостей ежегодной XVI Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования»!

Первая конференция была организована и проведена в 2006 году по инициативе Географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Российского союза туриндустрии и Российской международной академии туризма, в стенах которой проводится настоящий форум. Он объединяет представителей научно-образовательного общества, туристских администраций и турбизнеса России и зарубежных стран.

За прошедшие годы конференция стала одним из признанных центров консолидации по обсуждению актуальных вопросов научного сопровождения и кадрового обеспечения индустрии туризма и гостеприимства. Особую ценность представляют выработанные конференцией рекомендации и ежегодно издаваемые труды конференции, посвященные развитию новых направлений науки о туризме и совершенствованию системы подготовки кадров.

Настоящая конференция имеет особое значение, так как проводится в условиях новой реальности, связанной с глобальной трансформацией практически всех сфер жизнедеятельности человека, включая и индустрию туризма.

Уверен, что конференция традиционно пройдет на высоком организационном и теоретико-методологическом уровне, внесет свой вклад в решение задач устойчивого развития туризма в регионах России и будет способствовать успешной реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Хочу пожелать от имени Русского географического общества всем участникам конференции конструктивной и плодотворной работы по обсуждению фундаментальных и прикладных вопросов развития туризма и новых творческих успехов!

М.Ю. Лермонтов,
председатель Общественного совета
при Министерстве культуры РФ, д-р культурологии, профессор

Добрый день, дорогие друзья! Я вас приветствую в стенах этого учебного заведения, которое последнее время стало центром формирования идеологии туристского бытия. В современном мире туризм становится не только тем, к чему мы привыкли, это не только путешествия, проведение времени и рекреация. Сегодня в России сформулирована одна из важнейших задач – формирование условий для гармонично развитой личности на основе духовно-нравственных ценностей. Эта мысль постоянно звучит с трибуны наших высоких управителей. Но самое главное, мы начали понимать, что культурный туризм – культурно-познавательный, культурно-образовательный – это не меньшая рекреация для человека, это условие становления человека человеком. А становится он в системе ценностей. И туризм, который доставляет человека к величайшим мировым образцам архитектуры, местам силы наших великих соотечественников, действительно становится важнейшим инструментом формирования гармонично развитой личности.

Мы получили подтверждение этих наших изысканий, которые действительно сегодня должны стать на научную основу в национальных целях развития, утвержденных президентом в декабре прошедшего года. Мы получили это сегодня в совершенно новом документе, в котором переосмысливается вся система ценностей, в направлении которых необходимо действовать. Действовать тем, кто берет на себя эту ответственность – формировать гармонично развитую личность. Я говорю о Стратегии национальной безопасности, недавно утвержденной президентом.

Туризм становится не просто индустрией, а средством развития всей цивилизации на современном этапе. Поэтому я особо приветствую нашу конференцию, так как она начинает этап переосмысления туризма в этом цивилизационном пространстве. Хочу поприветствовать руководителей нашей

конференции, которые всей своей жизнью шли к тому, чем сегодня стал туризм. Их присутствие здесь еще раз говорит нам о том, что научная и методологическая составляющие позволят выстроить это пространство в будущем, тот образ будущего, который мы сегодня с вами конструируем. То, что было сделано, уже имеет признание, но то, что будет сделано, будет для нас радостью, тем образом будущего, к которому мы все сегодня стремимся.

Выступления и доклады

Е.Н. Трофимов,
ректор Российской международной академии туризма,
д-р полит. наук

КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА: НОВЫЕ ФОРМАТЫ И МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Уважаемые участники конференции!

Мы собрались сегодня, чтобы обсудить важнейшие вопросы развития отрасли туризма и гостеприимства в контексте качества подготовки ее специалистов.

Россия в мировом туризме

Проведению нашей конференции предшествовал Восточно-экономический форум (ВЭФ), призванный дать толчок развитию Дальневосточного региона, туристских кластеров, а с ним и других региональных и местных проектов. На сессии ВЭФ «Туризм: новая эра гостеприимства» было сообщено о старте работ по созданию Федеральной туристской межрегиональной схемы территориально-пространственного планирования (или туристского территориального проекта) Дальнего Востока, рассчитанного до конца 2022 года, который, по замыслу, позволит грамотно спланировать развитие территорий, рационально использовать туристский потенциал, местную специфику, уникальность и самобытность народов,

© Трофимов Е.Н., 2021

увязать развитие обеспечивающей и туристской инфраструктуры, синхронизировать текущие и потенциальные инвестиционные проекты, разработать дизайн-коды курортной среды. В итоге турист должен получить возможность без проблем добраться до места отдыха, комфортно отдыхать, получить хорошую связь и доступ в Интернет, иметь комфортную туристскую среду на всем протяжении его путешествия, включая отели и развлечения.

Было сообщено и о разработке концепции развития круизного туризма в России, включая круизы в регионах Дальнего Востока и даже в Арктике. На основе концепции будет сформирована «дорожная карта» круизной отрасли, позволяющая раскрыть ее потенциал и повысить привлекательность. А 24 сентября 2021 года утверждена Национальная программа социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года, в соответствии с которой предполагается формирование 11 туристских кластеров.

При всей масштабности проектов, на наш взгляд, весьма скромное место в них отводится вопросу подготовки кадров для сферы туризма и рекреации, а ведь именно это решающий фактор развития нашей отрасли. Давайте помнить, что развивают ее не вводимые строительные объекты, а именно люди, в распоряжение которых эти объекты передаются, от их профессиональной работы зависит настроение клиентов – туристов и отдыхающих. Непонятным остается и то, кого и в каких масштабах вузы должны готовить для развития того или иного региона. По нашему мнению, должен существовать госзаказ на специалистов, особенно в условиях кризиса и экономической нестабильности. А также и турбизнес должен прогнозировать количество необходимых специалистов для отрасли, чтобы внутренний туризм развивался, особенно в постковидный период.

Для наглядности ситуации обратимся к основным статистическим показателям туризма в мире и в России по данным ЮНВТО ООН (табл. 1–3).

Таблица 1

Доходы от международного туризма, млрд долл.

Страна	2018	2019	2020	Изменения в %
США	196,5	193,3	76,1	–60,6
Франция	65,5	63,5	32,6	–49,7
Великобритания	50	52,7	18,9	–64,2
Германия	43,0	41,8	22,1	–48,2
Китай	40,7	40,1	8,6	–78,6
Турция	25,2	29,8	10,2	–65,7
РФ (33-е место в ранге доходов)	11,5	11,0	2,9	–74

Таблица 2

Международные туристские расходы, млрд долл.

Страна	2018	2019	2020	Изменения в %
США	126,0	134,6	39,3	–70,8
Германия	95,6	93,2	38,9	–59,1
Великобритания	70,9	71,9	21,7	–64,2
Франция	49,6	50,5	27,8	–46,1
РФ (6-е место в ранге расходов)	34,3	36,2	9,1	–74,7
Китай	26,4	26,9	5,3	–80
Турция	4,6	4,1	1,0	–74,7

Таблица 3

Международные туристские прибытия, млн чел.

Страна	2018	2019	2020	Изменения в %
США	79,7	79,4	19,4	–75,5
Италия	61,6	64,5	25,2	–61
Турция	45,8	51,2	15,9	–69,0
Германия	38,9	39,6	12,4	–68,5
РФ	24,6	24,8	6,4	–74,1
Китай	29,3	23,8	1,4	–94,3
Турция	25,2	29,8	10,2	–65,7

Что мы видим из этих таблиц? В общих цифрах есть некоторое несоответствие применительно к нашей стране. Достаточно много средств вкладывали в туризм (табл. 2), но отдача от этих средств не столь велика (табл. 1). Мы сейчас на шестом месте в мире по активности в международных турпоездках, по въездному туризму – на 35-м. Над этими факторами нам всем предстоит подумать. Теперь о падении числа туристов в результате пандемии. Россию, как мы видим, оно коснулось в наибольшей степени, если учесть, что для Китая, где своих туристов хватает, въездной туризм не особо актуален. А вот сокращение государственных расходов говорит о некоем недоверии к туристской сфере. Хотя, если судить по выше обозначенным проектам, то Россия намерена их наверстать.

Относительно состояния туризма в России в последние полтора года, по словам руководителя Ростуризма З.В. Догузовой, все выглядит не так уж и плохо: в средствах размещения, в том числе в отелях, за семь месяцев 2021 года останавливались 31,5 млн человек. Соответственно, примерно столько же, по экспертным оценкам и оценкам регионов, ездят с однодневными поездками, не ночуют либо останавли-

ваются не в гостиницах. Таким образом, общее количество путешествующих по стране за семь месяцев этого года составило порядка 63 млн. Ростуризм рассчитывает на восстановление внутреннего турпотока к доковидному уровню до конца 2021 года.

В реальности сегодня появился новый Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», в котором речь идет о качественном и доступном отдыхе в России для всех граждан. Начнут его реализацию с Крыма, Дальнего Востока и Золотого кольца. В планах Правительства РФ к 2030 году довести число турпоездок до 140 млн в год, и это при населении 146 млн. Ставится задача спланировать все туристское пространство России. За десять лет корпорация «Туризм.РФ» планирует привлечь 1,7 трлн рублей частных инвестиций, за счет этого построить 582 объекта, среди них 298 гостиниц и санаториев и 284 туристских проекта. Подписаны договоры на строительство отелей, экокурортов в Адыгее, на Камчатке, в Карелии, Свердловской и Омской областях.

Также запланировано создание на этой основе 4,7 млн рабочих мест, это в 2,5 раза больше, чем сейчас. Предполагается, что 22,5 млрд долларов составит экспорт туруслуг в сравнении с 2,9 млрд в 2020 году и 11 млрд в 2019 году.

Но для реализации всего этого нам придется побороться с другими странами за российского туриста. Его ждут в Турции, Испании, Египте, Таиланде, Греции, Вьетнаме. Но надо как-то этот рынок развернуть и внутрь, чтобы деньги, заработанные в России, большей частью тратились внутри страны. Для этого надо изменить цены и значительно повысить качество, сделать цену конкурентной, наладить сообщение, в том числе с помощью чартеров.

Все шаги руководства страны и на местах позволяют сделать вывод о том, что востребованность специалистов туристского профиля возрастет, но и требования к ним возрастут тоже. Поэтому мы должны готовить новых специалистов, которые могли бы оказывать услуги более высокого качества, так как для внутреннего туризма крайне важно, каким будет гид-проводник, инструктор, менеджер. Эти вопросы надо решать параллельно. Вот в чем следует детально разобраться и от слов перейти к делу. Поэтому хотелось бы, чтобы в но-

вом законе о туризме была выстроена кадровая подготовка, которая бы отвечала требованиям туристов и бизнеса.

О новых подходах к оценке качества подготовки кадров

Пандемия погрузила нас в одну из версий будущего – мир тотальной цифровизации. Мы явились свидетелями наиболее масштабного образовательного эксперимента в истории человечества, охватившего 90% детских садов, школ, колледжей и университетов мира, при том что общий охват обучающихся в мире превысил 1,75 млрд человек плюс более чем 200 млн педагогов.

Сейчас опять все находятся в ожидании возврата дистанционного обучения, так как эпидемиологическая ситуация в стране обостряется. И хотя, скорее всего, полного перехода не будет, а вероятнее всего, он будет происходить точечно, в зависимости от ситуации в конкретном регионе, мы все должны быть готовы к этому.

Но здесь важно выяснить, насколько качественным удалось сделать дистанционное образование в вузе; каковы масштабы потерь в качестве образования, накопившиеся за период вынужденного дистанционного обучения.

Все мы знаем, что качество подготовки будущего специалиста зависит от содержания ФГОС и образовательных программ, условий обучения (материально-технических, социально-педагогических, финансовых и др.), уровня научно-педагогического состава вуза, качества практической подготовки, технологий обучения. Что мы имеем при условии дистанционного обучения? Многочисленные онлайн-платформы, как университетские, так и коммерческие, предлагают многочисленные курсы, где не всегда уровень содержания отвечает требованиям стандартов. Что касается обучения специалистов для сферы туризма и рекреации, то, анализируя сайты ряда профильных вузов, интернет-источники, онлайн-платформы ведущих университетов, мы, к сожалению, не обнаружили увеличения объемов обновленной методической литературы, интересных курсов по профилю деятельности и др., что позволяет сделать вывод, что здесь у нас – представителей туристских вузов – большое поле для деятельности.

При онлайн-обучении педагоги и обучающиеся оказались в новых для себя условиях, сместились акценты на формы и подачу материала. В этой части педагогических технологий возник серьезный дефицит, который привел к появлению информационного вакуума: педагогам не хватало обратной связи о том, как обучающиеся осваивают новый материал, руководителям – о том, какие зоны образовательного процесса требуют дополнительного внимания и поддержки. Мало кому удалось всерьез организовать дистанционную оценку, хотя, безусловно, возникали различные практики, в том числе действительно эффективные и интересные.

Одним из самых показательных примеров стала новая национальная образовательная стратегия Китая, разработанная и реализованная буквально в считанные дни. Она включила не только общую для всех вузов облачную платформу с учебными материалами, но и общественные телеканалы, транслирующие образовательные передачи для студентов. Крупные китайские телекоммуникационные компании объединили свои усилия с техническими гигантами Baidu, Alibaba и Huawei, чтобы поддержать цифровую обучающую сеть с 7000 серверов и суммарной пропускной способностью 90 терабайт в секунду. Сотрудничество между вузами и предприятиями привело к разработке всеобъемлющей образовательной модели для студентов колледжей и университетов.

Еще одним вызовом высшего дистанционного и онлайн-образования становится то обстоятельство, что в настоящее время студенты, как правило, лучше владеют современными технологиями, чем преподаватели, и способны быстро искать, перерабатывать и использовать необходимую информацию. А профессорско-преподавательский состав вуза, особенно в возрасте 65+ лет, с трудом ориентируется в цифровом образовательном пространстве. Для профессорско-педагогического состава пандемия стала не только стрессом, но еще и риском выгорания. Тут можно привести в пример фразу одного педагога из вуза, который заявил, что если его не убьет коронавирус, то это сделают «удаленка» и огромный объем работы.

Удаленное обучение – это не только отправка и проверка работы обучающихся, но еще и социальная конструкция, которая не должна негативно влиять на ее участников. Это зна-

чит, что педагогам придется найти новые форматы подачи и оценки знаний. Поэтому задачей номер один сейчас становится повышение качества подготовки профессорско-педагогического состава вуза по использованию и внедрению информационно-коммуникационных технологий. Это должно стать одной из основных точек роста вуза.

В своем выступлении министр науки и высшего образования Валерий Фальков отметил, что внедрение новых технологий в образовательную и научную среду во время пандемии COVID-19 повлияло на будущее образования. Полученный уникальный опыт лег в основу долгосрочного развития. «В середине марта прошлого года одномоментно вся система высшего образования перешла в удаленный формат работы. По прошествии полутора лет можно сказать, что университеты справились с этим вызовом и во многом стали сильнее. Абсолютное большинство студентов, хотя и удаленно, но имели возможность получать образование». Министр отметил, что переход университетов в цифровую среду потребовал новых навыков от преподавателей и стал толчком для развития новой дидактики. Также он подчеркнул, что тотальный дистанционный формат обучения может привести к снижению его качества. А удаленные форматы надо внедрять исходя из уровня подготовки студентов и специфики образовательной программы. Кроме того, пандемия требует от университетов индивидуальной работы со студентами в части психологической поддержки.

Дистанционный формат позволил студентам продолжить обучение, не покидая родных стен. Дистанционно студенты могли ознакомиться с материалами лекций. Все контрольные и курсовые работы обучающиеся выполняли самостоятельно и отправляли на проверку преподавателям. Но одно дело – организовать дистанционный процесс обучения, другое – производственная и преддипломная практика.

Министерство просвещения РФ в апреле 2021 года направило в учебные заведения рекомендации по завершению учебного года и отработке практических занятий в условиях пандемии. По большому счету, эти рекомендации оставляли право решения вопроса о прохождении практики студентами за вузами. В зависимости от направлений, на которых обуча-

ются студенты, и технических возможностей учебных заведений в 2021 году могли быть реализованы следующие форматы практики:

- дистанционная практика на кафедрах вуза;
- дистанционная практика в организации, с которой у студента есть договоренность;
- обычная практика на предприятии, которому разрешено работать в период ограничительных мероприятий, с соблюдением всех мер предосторожности и социальной дистанции;
- перенос практики на более поздний срок / следующий год при невозможности ее прохождения в сложившихся обстоятельствах.

Но все эти форматы, конечно же, не могли предоставить студентам возможности в полной мере и качественно сформировать профессиональные компетенции. Так, например, Российская международная академия туризма на протяжении многих лет всегда предоставляла студентам уникальные возможности прохождения практик и стажировок не только в регионах РФ, но и за границей: в Испании, Турции, на Кипре, в США, на Сейшельских островах, в Болгарии, Греции и др., а в течение последних полутора лет это стало практически невозможно осуществить.

Новые требования к процессу обучения обусловили применение новых индикаторов и для оценки работы вуза в целом:

1. Усиление цифровой составляющей обучения в вузе.
2. Пересмотр форматов практики студентов.
3. Использование при преподавании дисциплин проектных технологий обучения и практики работы междисциплинарных проектных исследовательских групп студентов.
4. Обеспечение мобильности – создание возможностей для стажировок не менее 15–20% студентов в других вузах и пр.
5. Использование стартапов как формы выпускной квалификационной работы (проекта) на государственной итоговой аттестации.

Чтобы сделать образование качественным сейчас и в долгосрочной перспективе, на наш взгляд, необходимо:

1. Предоставить и обучающимся, и педагогам доступ к единой онлайн-системе в зависимости от уровня получения образования, которую внедряет государство.

2. Признать, что каждый обучающийся теперь находится на уникальном этапе своего обучения и будет нуждаться в индивидуальной поддержке.

3. Оперативно разработать новую систему оценки знаний и объяснить ее обучающимся, чтобы они могли сами себя контролировать и мотивировать в учебе.

Мировые тенденции в развитии туризма и выход из кризиса

Туризм переживает самый масштабный кризис за свою историю. В последнее время появляется все больше предложений о том, как развивать этот сектор в постковидную эпоху. Во Всемирной туристской организации уверены, что инновации и устойчивое развитие должны стать главными ориентирами развития туризма в мире.

Туризм – важный двигатель мировой экономики, на который приходится 7% международной торговли. Каждое десятое рабочее место в мире напрямую или опосредованно генерируется туризмом. Кризис, вызванный пандемией COVID-19, разрушил экономику туристского сектора, что привело к беспрецедентным последствиям для рабочих мест и предприятий: под угрозой до сих пор находится более 100 млн рабочих мест, напрямую зависящих от туризма.

Основную роль в развитии туризма играют люди – будь то туроператоры, местные гиды, гостиничные операторы или лица, предоставляющие другие услуги, которые делают путешествие особенным или помогают вести бизнес и выходить на международные рынки. Поэтому подготовка специалистов для туристского сектора выходит на первый план вместе с другими социально-экономическими составляющими.

В сотрудничестве с Глобальным кризисным комитетом по туризму ЮНВТО подготовила рекомендации для помощи правительствам стран и частному бизнесу в преодолении кризиса. Они включают работу по таким направлениям, как снижение давления на экономику, разработка протоколов безопасности и стимулирование инноваций в турсекторе, подготовка кадров для индустрии туризма.

«Дорожная карта» по преобразованию сектора туризма должна охватывать пять приоритетных областей:

1. Управление кризисом и смягчение социально-экономических последствий для жизни людей. Поэтапные и скоординированные решения и меры реагирования потребуется проводить в жизнь в целях защиты источников средств к существованию, рабочих мест, доходов и предприятий; укрепления доверия посредством обеспечения защиты и безопасности во всех видах туристской деятельности; укрепления партнерских связей и солидарности в интересах социально-экономического восстановления путем акцентирования внимания, в первую очередь, на обеспечении инклюзивности и сокращении неравенства.

2. Повышение конкурентоспособности и потенциала противодействия. Необходимо поддерживать развитие туристской инфраструктуры и оказание качественных услуг на протяжении всей производственно-сбытовой цепочки туристской отрасли; содействовать инвестиционной деятельности и создавать благоприятные условия для деятельности на местах, диверсифицировать ассортимент продукции и рынки, а также по мере возможности способствовать развитию внутреннего и регионального туризма.

3. Продвигать инновации и цифровизацию экосистемы туризма. Пакеты мер по восстановлению и развитию туризма в будущем могут максимально увеличить использование технологий в экосистеме туризма, пропагандировать и продвигать цифровизацию в целях выработки инновационных решений и инвестирования средств в развитие цифровых навыков, особенно у временно неработающих трудящихся и лиц, ищущих работу.

4. Содействовать обеспечению устойчивости и инклюзивному «зеленому» росту. Важно, чтобы туризм постепенно становился жизнестойким, конкурентоспособным, ресурсоэффективным и углеродно нейтральным сектором в соответствии с целями и принципами Парижского соглашения об изменении климата и Повесткой дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Финансовая поддержка и помощь, оказываемые правительствами гостиничному, круизному и авиационному бизнесу, также могут обеспечить запрет на загрязняющие окружающую среду виды деятельности.

5. Укрепление координации и партнерских связей в целях преобразования туризма. В контексте обеспечения эффективной координации планов и стратегий возобновления деятельности и восстановления туризма в мире было бы це-

лесообразно сделать главный акцент на учете интересов людей, задействовать государственные структуры, партнеров по развитию и международные финансовые учреждения в целях оказания существенного влияния на экономику и получение людьми средств к существованию.

Пандемия – реабилитация – санаторно-курортная рекреация: триединство новой реальности

Пандемия дала толчок к тому, что население вспомнило о санаторно-курортном лечении. И сейчас самое время повернуть наших людей на курорты, показать, что это прекрасная возможность для реабилитации после самоизоляции. Реабилитация является отдельным направлением современной медицины, объединяющим врачей разных специальностей, а также педагогов, психологов, социальных работников и специалистов сферы туризма и гостеприимства.

Но эксперты отмечают, что в настоящее время многие санаторно-курортные комплексы, доставшиеся России в наследство от СССР, фактически разрушены, хотя ранее благодаря этой инфраструктуре в стране ежегодно проходили реабилитацию около 30 млн граждан. Причем санатории являлись частью всего комплекса медицинского обслуживания.

В настоящее время в России осталось всего около двух тысяч санаторно-курортных комплексов, способных включиться в программу реабилитации граждан. Для их восстановления и развития предлагается обеспечивать граждан социальными путевками, расходы на которые будут финансироваться из фондов медицинского и социального страхования.

Сегодня правительство России готово вложить 100 млрд рублей в создание реабилитационной медицины после пандемии. Реабилитация пациентов станет частью ОМС (обязательного медицинского страхования). Впереди – возрождение санаториев и подготовка специалистов. Стране необходимо комплексное развитие санаторно-курортного лечения и, по сути, спасение не только тех, кто перенес коронавирусную инфекцию, но и всех остальных категорий больных граждан. Но пройдет время, прежде чем это заработает в полную силу.

То, насколько критичной является ситуация с реабилитацией, отметил Денис Проценко, главврач больницы в Ком-

мунарке. Но его визит в Кисловодск 15 сентября 2021 года и посещение санатория «Виктория», который входит в состав холдинга нашего учредителя В.Г. Пугиева, позволил ему оценить практику постковидной реабилитации в кисловодском санатории как «лучшую в стране». В составе представительного «десанта» были также губернатор Ставропольского края В.В. Владимиров, краевой министр здравоохранения В.Н. Колесников, министр туризма Ставропольского края К.В. Реут.

Денис Проценко специально приехал в Ставропольский край, чтобы познакомиться и оценить лучшие практики и методики восстановления пациентов после перенесенного коронавируса. После посещения санатория «Виктория» в своем интервью он высоко оценил новую методику, которую внедрили в кисловодском санатории, сделав ставку на эффективное применение газовых ингаляций с использованием гелиево-кислородной смеси, атомарного водорода и оксида азота.

Комплексная концепция лечения постковидных больных в санатории «Виктория» с использованием ингаляций медицинскими газами разработана и внедрена совместно с коллегами из Российского национального исследовательского медицинского университета имени Н.И. Пирогова, в том числе при участии всемирно известного ученого-пульмонолога А.Г. Чучалина. В сочетании с традиционными технологиями эта программа дает отличные результаты в восстановлении постковидных больных.

Отмечу, что высокоэффективным медицинским оборудованием оснащены и два других санатория АО «ЦСТЭ» (холдинга): санаторий «Виктория» в Московской области и санаторий «Светлана» в Сочи. В них также применяется практика реабилитации больных, перенесших коронавирусную инфекцию.

Многие руководители санаториев, реабилитационных центров сегодня отмечают: «непонятно, что делать с немедицинскими специальностями, которые также необходимы при реабилитации». Часто у переболевших COVID-19 обнаруживаются нарушение когнитивных способностей, ухудшение психического состояния. Реабилитационные центры и санатории нуждаются в эрготерапевтах, методистах-инструкторах, менеджерах, аниматорах и др., которые могут прописать программу индивидуальной нагрузки для восстановления

пациентов, организовать маркетинговую кампанию и досуговую деятельность для пребывающих в санатории, разработать и провести экскурсионные программы, учитывая специфику заболеваний и т.д.

Пандемия привела к тому, что это направление становится одним из самых востребованных у российских граждан. Реабилитация и восстановление здоровья, релаксация и просто полноценный отдых, но и под присмотром врачей – все это первоочередные вопросы, связанные со здоровьем человека. Но, как всегда, для того чтобы все правильно выстроить и обеспечить, не хватает специалистов – и не только с медицинским образованием, но и с образованием в области гостеприимства, управления персоналом, менеджмента и др.

В этом контексте у РМАТ имеется почти пятилетний опыт практической подготовки студентов на базовой кафедре санатория «Виктория», который находится в Пушкинском районе Московской области. На его базе в течение всего года проходят практику наши студенты направлений высшего и среднего профессионального образования: «Туризм», «Гостиничное дело», «Менеджмент», «Управление персоналом». Даже студенты направления «Дизайн архитектурной среды» смогли там пройти практику, подготовив дизайн-проекты входной группы санатория и обеденного зала.

В 2018 году была утверждена Стратегия развития санаторно-курортного комплекса РФ. Стратегия нацелена на повышение доступности санаторно-курортного лечения для граждан Российской Федерации путем дальнейшего развития санаторно-курортного комплекса и реализацию государственной политики в сфере использования, развития и охраны природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей и курортов с расположенными на них объектами и сооружениями, включая объекты инфраструктуры, предназначенные для лечения и оздоровления населения.

Согласно данным государственного реестра курортного фонда Российской Федерации, 44% санаторно-курортных организаций отнесены к государственной форме собственности, 3% – к муниципальной, 53% – к частной. Наибольшее количество государственных санаторно-курортных организаций

сосредоточено в Республике Крым, Краснодарском и Ставропольском краях.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2010 году в санаторно-курортных организациях лечились и отдыхали 6049 тыс. человек, в 2015 году – 6476, в 2016 году – 7136, в 2017 году – 6527 тыс. человек.

К сожалению, расчеты в отношении потенциального экономического эффекта развития санаторно-курортной сферы и совокупного выигрыша от инвестирования в санаторно-курортный комплекс Российской Федерации практически не проводились и реальные мультипликативные возможности этой отрасли экономики недооценены. Но эксперты сферы туризма полагают, что лечебно-оздоровительный туризм покажет высокие темпы восстановления.

Благоприятная ситуация для восстановления лечебно-оздоровительного туризма связана со следующими аспектами:

1. Спрос на данные услуги во многом обеспечен объективными потребностями населения, связанными с показаниями по здоровью.

2. Объекты размещения в сегменте лечебно-оздоровительного туризма официально стали первыми в России снова принимать туристов: санатории с медицинской лицензией заработали с 1 июня.

3. Рост популярности медицинского туризма является общемировым трендом. В России возросший интерес к лечебно-оздоровительному туризму эксперты связывают с реализацией связанных с этим национальных проектов, выделением финансирования, созданием координирующих центров, проведением онлайн- и офлайн-конференций.

4. Ряд игроков рынка санаторно-курортных предприятий начал развивать программы реабилитации для переболевших COVID-19.

Подготовка кадров для сферы туризма и рекреации

Рекреационно-оздоровительная и туристская деятельность занимают сегодня, как мы уже отмечали, одно из ведущих мест в сфере социальных и экономических отношений. Актуальность совершенствования подготовки специалистов ре-

креационно-туристской сферы усилилась и тем, что в стране в последние 5–10 лет проходило множество мировых спортивных, образовательных, экономических мероприятий: Олимпийские игры 2014, Чемпионат мира по футболу, универсиады, форумы, образовательные олимпиады и др., в рамках которых необходимы были специалисты сферы туризма, гостеприимства, рекреации.

Процесс подготовки кадров сферы рекреации и туризма характеризуется качественным обновлением содержания образования в соответствии с современным уровнем технологий, применяемых в туристской индустрии, с учетом запросов рынка труда по формированию необходимых профессиональных компетенций выпускника. Рядом туристских вузов продвигается идея создания консорциума профильных вузов, разрабатываются стандарты аттестации и переаттестации персонала в туриндустрии, совершенствуются образовательные программы, проводится обучение педагогов и представителей власти, актуализируются учебно-методические материалы для подготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства. Однако реализация моноцентрической модели и создание Центра развития кадрового потенциала туриндустрии на базе одного из университетов – это, на мой взгляд, не лучший вариант. Следует создать 12–15 образовательных центров ускоренной и практико-ориентированной подготовки специалистов в каждой привлекательной макротерритории России, поскольку каждая из них имеет свою специфику, на базе ее ведущих вузов и колледжей при участии и влиянии соответствующих федеральных структур на основе сетевого взаимодействия.

Согласно статистическим данным, подготовку по направлениям «Туризм», «Сервис», «Гостиничное дело», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» осуществляют:

264 образовательных учреждения, реализующих программы среднего профессионального образования;

585 образовательных учреждений, реализующих программы высшего профессионального образования;

268 образовательных учреждений, реализующих программы послевузовского профессионального образования.

Наибольшее количество учреждений высшего образования, осуществляющих подготовку по туристским направлени-

ям, находится в Москве (85 учреждений), Краснодарском крае (33), Ставропольском крае (32), Республике Татарстан (24), Московской области (23), Санкт-Петербурге (23). Подобные учреждения отсутствуют в Республике Калмыкия, Республике Ингушетия, Ненецком и Чукотском автономных округах.

Эксперты сферы туризма отмечают необходимость формирования у специалистов сферы туризма новых компетенций, созвучных с вызовами и изменениями рынка. Актуальный набор навыков сотрудников туриндустрии должен включать в себя особые поведенческие сценарии и соблюдение требований эпидемиологической безопасности. Также, считают эксперты, важно формировать и межрегиональные объединения в части повышения квалификации кадров. По их мнению, учебно-методические материалы в нынешней системе образования сотрудников турсферы в большинстве своем очень устарели и не соответствуют духу времени. Это приводит к тому, что нужно переучивать и самих педагогов, так как они оперируют неактуальными данными, но при этом отвечают за качество образования будущих кадров туротрасли. Нужно разработать новые учебные программы и обучающую литературу, комплектовать ими профильные образовательные учреждения. Также важно обеспечить возможность получить образование дистанционно в онлайн-формате.

Помимо новых компетенций, необходимых для специалистов сферы туризма и рекреации, развиваются и новые виды туризма, требующие новых специалистов: промышленный туризм, глэмпинг-туризм, а также активно развивающийся за рубежом и еще очень слабо в России «зеленый» туризм.

Уважаемые участники конференции! Перед нами стоят важнейшие задачи и открываются большие возможности по переустройству и обустройству наших рекреационных территорий, которые должны стать точками роста экономики, повышения благосостояния, удовлетворенности жизнью, возможностью сохранения здоровья для многих граждан России.

Мы, собравшиеся здесь, готовим специалистов, которые должны создать это будущее, поэтому во многом и от нас зависит, чтобы все цели и идеи по развитию туризма и рекреации претворились в жизнь.

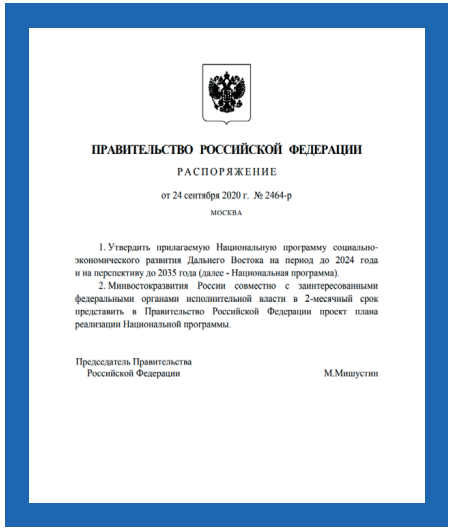
Спасибо за внимание!

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Качество подготовки специалистов для сферы туризма и рекреации в условиях глобального кризиса: новые форматы и мировые тенденции

Трофимов Евгений Николаевич
ректор РМАТ, доктор политических наук

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ



ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

от 24 сентября 2020 г. № 2464-р

МОСКВА

1. Утвердить прилагаемую Национальную программу социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года (далее - Национальная программа).

2. Минвостокразвития России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти в 2-месячный срок представить в Правительство Российской Федерации проект плана реализации Национальной программы.

Председатель Правительства
Российской Федерации М.Мишустин

Россия в мировом туризме

Миссией новой государственной политики является создание на Дальнем Востоке глобально конкурентоспособных условий инвестирования и ведения бизнеса, благодаря которым в регион придут необходимые для его опережающего экономического развития частные инвестиции, а за ними – новые рабочие места и новое качество социальной сферы, формирующие привлекательные условия для жизни людей и увеличивающие количество экономических связей внутри региона.

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»

Создание качественного и разнообразного турпродукта на всей территории страны

Повышение доступности туристского продукта

Совершенствование управления в сфере туризма

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Задачи национального проекта

	2019	2030
РОСТ ВНУТРЕННИХ ПОЕЗДОК	65 млн	140 млн
РАБОЧИЕ МЕСТА	2,5 млн	4,7 млн
ЭКСПОРТ	11 млрд	22 млрд

Новая национальная образовательная стратегия на примере Китая

«Облачная» платформа с учебными материалами

Общественные телеканалы, транслирующие образовательные передачи для студентов

Объединение телекоммуникационных компаний с техническими гигантами: Baidu, Alibaba и Huawei

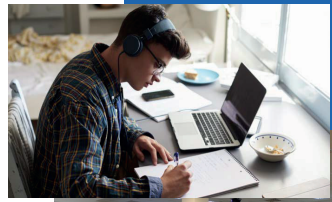
Цифровая обучающая сеть с 7000 серверов и суммарной пропускной способностью 90 Тбайт/с

Сотрудничество между школами, колледжами, вузами и предприятиями – новая образовательная модель

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

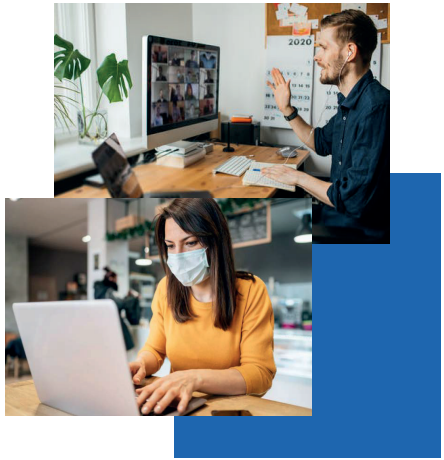
О новых подходах к оценке качества подготовки кадров

- Качество продукта университетских онлайн-платформ
- Качество форм и технологий подачи материала
- Качество оценки обучающихся в дистанционном формате
- Качество подготовки НПР к реализации дистанционного и онлайн-обучения
- Качество обратной связи с обучающимися
- Создание и развитие цифровой дидактики



ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Форматы практик



Дистанционная практика на кафедрах вуза

Дистанционная практика в организации, с которой у студента есть договоренность

Обычная практика на предприятии, которому разрешено работать в период ограничительных мероприятий, с соблюдением всех мер предосторожности и социальной дистанции

Перенос практики на более поздний срок / следующий год, при невозможности ее прохождения в сложившихся обстоятельствах

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Новые индикаторы оценки вуза

- Усиление цифровой составляющей обучения в вузе
- Пересмотр форматов практики студентов
- Использование при преподавании дисциплин проектных технологий обучения и практики работы междисциплинарных проектных исследовательских групп студентов
- Обеспечение мобильности – создание возможностей для стажировок не менее 15–20% студентов в других вузах
- Использование стартапов как формы выпускной квалификационной работы (проекта) на государственной итоговой аттестации
- Предоставление обучающимся, педагогам доступа к единой онлайн-системе, в зависимости от уровня получения образования, которую внедряет государство
- Признание того, что каждый обучающийся находится на уникальном этапе своего обучения и будет нуждаться в индивидуальной поддержке
- Оперативная разработка новой системы оценки знаний и объяснение ее обучающимся, чтобы они могли сами себя контролировать и мотивировать в учебе

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Мировые тенденции в развитии туризма

УПРАВЛЯТЬ КРИЗИСОМ И СМЯГЧАТЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ	ПОВЫШАТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ПОТЕНЦИАЛ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ	ПРОДВИГАТЬ ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИЮ ЭКОСИСТЕМЫ ТУРИЗМА	СОДЕЙСТВОВАТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УСТОЙЧИВОСТИ И ИНКЛЮЗИВНОМУ «ЗЕЛЕНОМУ» РОСТУ	УКРЕПЛЯТЬ КООРДИНАЦИЮ И ПАРТНЕРСКИЕ СВЯЗИ В ЦЕЛЯХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ТУРИЗМА
Поэтапные и скоординированные решения и меры реагирования потребуется проводить в жизнь в целях: защиты источников средств к существованию, рабочих мест, доходов и предприятий; укрепления доверия посредством обеспечения защиты и безопасности во всех видах туристской деятельности; укрепления партнерских связей и солидарности в интересах социально-экономического восстановления путем акцентирования внимания, в первую очередь, на обеспечении инклюзивности и сокращении неравенства	Поддерживать развитие туристской инфраструктуры и оказание качественных услуг на протяжении всей производственно-сбытовой цепочки туристской отрасли; содействовать инвестиционной деятельности и создавать благоприятные условия для деятельности на местах, диверсифицировать ассортимент продукции и рынки, а также по мере возможности способствовать развитию внутреннего и регионального туризма	Пакеты мер по восстановлению и развитию туризма в будущем могут максимально увеличить использование технологий в экосистеме туризма, пропагандировать и продвигать цифровизацию в целях выработки инновационных решений и инвестирования средств в развитие цифровых навыков, особенно у временно неработающих трудящихся и лиц, ищущих работу	Важно, чтобы туризм постепенно становился жизнестойким, конкурентоспособным, ресурсоэффективным и углеродно нейтральным сектором в соответствии с целями и принципами Парижского соглашения об изменении климата и Повесткой дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Финансовая поддержка и помощь, оказываемая правительствами гостиничному, круизному и авиационному бизнесу, также может обеспечить запрет на загрязняющие окружающую среду виды деятельности	В контексте обеспечения эффективной координации планов и стратегий возобновления деятельности и восстановления туризма в мире было бы целесообразно сделать главный акцент на учете интересов людей, задействовать государственные структуры, партнеров по развитию и международные финансовые учреждения в целях оказания существенного влияния на экономику и получение людьми средств к существованию

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Визит Дениса Проценко в санаторий «Виктория» г. Кисловодск, 15 сентября 2021 г.

Денис Проценко приехал в Ставропольский край, чтобы познакомиться и оценить лучшие практики и методики восстановления пациентов после перенесённого коронавируса. После посещения санатория «Виктория» в своем интервью он высоко оценил новую методику, которую внедрили в санатории, сделав ставку на эффективном применении газовых ингаляций с использованием гелиево-кислородной смеси, атомарного водорода и оксида азота и практику постковидной реабилитации как лучшую в стране

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Санаторно-курортные предприятия РФ

Муниципальная форма собственности

Государственная форма собственности

Частная форма собственности

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Подготовка кадров для сферы туризма и рекреации

Статистика подготовки по направлениям:

Туризм	264 образовательных учреждения, реализующих программы среднего профессионального образования
Сервис	585 образовательных учреждений, реализующих программы высшего образования
Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм	268 образовательных учреждений, реализующих программы дополнительного профессионального образования
Гостиничное дело	

В.И. Кружалин,
вице-президент Национальной академии туризма,
заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма МГУ
имени М.В. Ломоносова, д-р геогр. наук, профессор

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ АКТИВНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Уважаемые коллеги, хочу поздравить всех нас с Днем учителя! У каждого есть свой первый учитель. Я хочу, чтобы каждый из нас вспомнил его имя, отчество и фамилию. Наверняка, все это помнят. Пожелать всем здоровья, благополучия, вспомнить тех, кто ушел от нас. Учитель – это святое, и хочется, чтобы слово «учитель» всегда звучало гордо.

Хочу поблагодарить вас, замечательный вуз – Российскую международную академию туризма, которая благодаря усилиям руководства во главе с Евгением Николаевичем, профессорско-преподавательского состава, студентов, которые активно помогают в этом, уже второй раз принимает в своих стенах наше научно-образовательное сообщество всей страны. Надеюсь, что сегодняшняя встреча будет продуктивной во всех отношениях. И традиционно, когда я приезжаю в ваш вуз, я дарю книги, которые размещаются в вашей библиотеке. Я уже передал несколько томов последней, 15-й, нашей конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования». А вот этот экземпляр я подарю сейчас Евгению Николаевичу. И еще две книги – «Организация проектной деятельности в сфере туризма» (сегодня мы на эту тему поговорим) и книга, которая представляет собой методическое пособие по разработке межрегиональных проектов. В ней на примере четырех регионов – Смоленской, Брянской, Калужской и Московской областей – подробно расписана вся технология создания таких проектов на современных информационно-аналитических платформах. Методика этого проекта признана одной из лучших в истории Русского географиче-

© Кружалин В.И., 2021

ского общества вместе с проектом «Золотое кольцо» и «Восточное кольцо Сибири». Эти книги будут интересны вашим студентам, есть еще и электронные версии.

Теперь к теме выступления. Дорогие коллеги, я думаю, что нет необходимости этой аудитории говорить о том, что так, как мы жили ранее, до 2020 года, до пандемии, мы жить не будем. Сейчас новые реалии, как мы говорим. Те процессы, глобальные, которые действительно развивали наши страны, в том числе и Россию, уже в интеграционных проектах совместных, они сейчас испытывают себя на прочность за счет турбулентности, активной трансформации этих глобальных процессов. Необходимы новое видение и новые взгляды на фундаментальные и прикладные исследования. Сейчас очень важно акцентироваться на таких позициях, как туризм, пандемия и безопасность жизнедеятельности. Мы все следим за цифрами того, как пандемия шагает по миру и по нашей стране. Четвертая волна уже где-то идет, у нас она сейчас нарастает и т.д. Думаю, что пандемия и пандемии будут еще и дальше продолжаться. Нам нужно научиться жить и развивать туризм, туристско-рекреационную деятельность в этих условиях. И, конечно, туризм стал жизненно важной потребностью. Но как создать это в тех условиях, которые мы сейчас все испытываем? Надо предлагать такие модели развития туризма и гостеприимства, которые бы учитывали все это.

В этой связи есть инструменты противодействия пандемиям, мы хорошо их знаем, но не всегда выполняем. Но вместе с тем надо четко понимать, а что же делать с туризмом? Мы сегодня имеем уже реальный опыт этих двух лет, в этих условиях жизни. И мне представляется, что нужно менять парадигму, модель развития туризма. Не только опираться на перспективные территории развития туризма, но и предлагать модели рассредоточения туристско-рекреационной деятельности, развивать те направления, которые позволяли бы не концентрироваться в признанных нами центрах туризма и рекреации, а использовать те объекты туристского интереса, те центры, которые требуют поддержки и дальнейшего развития. Вот от такой модели концентрационной надо переходить к центрическим, диффузным моделям.

В этом смысле из наиболее интересных моделей туризма, мне кажется, нужно назвать сельский, экологический, автотуризм и целый ряд других, которые позволяют людям познать нашу страну, увидеть то, что буквально рядом находится. Мы же, к сожалению, этого часто не замечаем, а столько прекрасного есть вокруг нас на нашей великой Родине. Многие сейчас, в это время, путешествуют именно по ближайшим регионам, соседям. Это удобно. Автотранспорт позволяет это делать. Мне кажется, это очень важное направление. И мы должны сейчас переосмыслить собственно саму концепцию модели развития туризма, учитывая важность выживания в пандемический цикл развития, который, видимо, будет сопровождать нас довольно долго.

Вторая позиция – это туризм, экология и комфортность жизнедеятельности человека на основе развития региональной экономики. Я не буду долго обосновывать это, дискутировать на эту тему, но всем понятно, что капиталистическая форма развития, особенно на начальных этапах, приводит к накоплению капитала, и те, кто владеет мощными корпорациями – промышленными, химическими и т.д., меньше всего думают о том, чтобы сделать экологически чистой среду нашего обитания, в том числе и рекреационных территорий. Но сейчас и они понимают, что дальше уже край. Дальше начинаются не только локальные и региональные экологические катастрофы, но и глобальные, а это уже выживание всего человечества. И, конечно, надо переключить серьезные потоки финансовых вливаний на совершенствование технологий, создание условий для комфортной жизнедеятельности людей даже там, где просто жить порой невозможно.

Вот эта задача, которую нам надо решать, параллельно думая, как и каким образом развивать те или иные рекреационные деятельности, а их нужно прежде всего в экологически чистых территориях развивать. Поэтому у нас не синхронизируется этот вид деятельности.

Теперь третья проблема (не по значимости, я все эти проблемы рассматриваю системно, в комплексе) – это туризм и изменение климата. Многие математические модели, которые сейчас существуют, созданы при участии нашего факультета. О чем идет речь? Сейчас мы сами на себе ощущаем, как

резко стал меняться климат. Посмотрите, что творится: где-то жуткая жара, где-то все время льет, где-то изменились привычные, в нашем представлении, ритмы смены времен года и т.д. Россия с ее огромной территорией, шестая часть суши, по многолетним наблюдениям сейчас подскочила в росте температуры в среднем по всей стране на два градуса. Другие регионы мира – на 1–1,5°С. И это очень серьезно отражается на тех катаклизмах, которые мы с вами наблюдаем. В горах активно тают ледники, снежная граница поднимается все выше. У нас 67% территории России – это вечная мерзлота, а на ней стоят города, построены дороги автомобильные, железные и т.д. и т.п. Сразу возникают вопросы: «А что будет в ближайшей и отдаленной перспективе с такими темпами изменения климата? Что делать, как осваивать Арктику, которую мы сейчас активно начинаем осваивать? В том числе и в туристском плане. Как и где строить инфраструктуру, в том числе и для туризма?». И в этом смысле то, что было в Норильске, вы хорошо это знаете, – это серьезный звонок. 20 тысяч тонн было выплеснуто в речную сеть – это же как минимум экологическая катастрофа регионального масштаба. Я к тому, что сейчас мы видим, как трансформируется наша жизнедеятельность и какие существуют угрозы, в том числе и для туристско-рекреационной деятельности, учитывая, что та же Арктика и зоны вечной мерзлоты являются объектами туристского интереса.

Туризм и санкционная политика. Санкции были, есть и будут. Как долго? Разные есть оценки. Но по крайней мере в ближайшие 10–15 лет точно. Идет борьба за чистую воду, за чистый воздух, за ресурсы недр и т.д. и т.п. В этой ситуации рассчитывать на то, что возобладают центростремительные силы в глобальном масштабе, по сравнению с центробежными, вряд ли приходится. Мы с руководством нашей страны это понимаем и должны это учитывать. В этой связи то, что надо развивать стратегически, – это, безусловно, внутренний туризм. Надо его развивать повсеместно, развивая единое туристско-рекреационное пространство, не только признанный центр. В каждом регионе есть ресурсы, туристско-рекреационные и иные, позволяющие это делать. И не надо мотаться с севера на юг, но это тоже можно и нужно делать

при соответствующей государственной поддержке. Это тоже должно найти отражение в тех проектах и программах, которые сейчас активно обсуждаются и реализуются. Нацпроекты в общей сложности – более 3 трлн рублей. Как эти деньги эффективно использовать, какие объекты и где строить – это не простая задача. Здесь нужны серьезные фундаментальные проработки в целом всей системы организации туристско-рекреационной деятельности и обеспечения с точки зрения государственного управления и финансового вливания.

Туризм и кадровое обеспечение в условиях цифровизации, роботизации, создания искусственного интеллекта. Евгений Николаевич рассказал, как в Китае в этих условиях что и как делается – инновационные модели, школа, ссузы, вузы. А у нас все это разорвано. У нас высшее образование курирует Министерство науки и образования, а среднее и специальное образование где у нас? Отсутствие таких связей, интеграции, преемственности, при этом тенденция к сокращению подготовки, все время нам подбрасывают новые идеи. Дальше не надо по этому пути идти. Напомню, в нашей стране буквально начиная с 2005 года в общей сложности к 2013 году 3,5 тысячи вузов и филиалов открыли направления по туризму, с 2009 года стали готовиться кадры высшей квалификации, доктора и кандидаты наук, которые получили возможность защищаться по этим направлениям. 350 защит состоялось за эти десять с небольшим лет. Подготовлена была база учителей и преподавателей. А сейчас более чем в два раза сократилось количество вузов, целый ряд регионов просто оголен, там некому готовить специалистов. Есть опорные вузы, есть центры. Вы знаете, кто приедет с Дальнего Востока, с Севера в Москву, в Питер или еще куда-то? Как правило, 90% здесь оседают, тем самым оголяя регионы. Что предлагал недавно Шойгу: давайте в Сибири создадим пять примерных городов-миллионников. И вообще там надо закреплять народ, им преференции для этого делают. Поэтому без кадров никакой комфортный и удобный для нашего населения туризм мы не создадим.

И еще один момент с этим связанный. Кто же будет против цифровизации выступать, мы видим, как она способствует развитию туризма. Роботизация, искусственный интеллект. Евге-

ний Николаевич в своем графике показал: сейчас у нас 2,5 млн рабочих мест занято в сфере туризма, а по проектам – 4,7 млн, под 5 млн должно быть, т.е. в два раза больше. Но сейчас уже специалисты и эксперты говорят, что одно цифровизованное рабочее место освобождает, в том числе и в сфере туризма, 3–5 человек. Никто не говорит, куда же этим людям идти, чем им заниматься. Надо же предлагать еще разумный алгоритм и технологии переобучения и пр. Поэтому, делая одно, нужно думать о последствиях, никто не против этих важных и нужных прорывных направлений, инновационных социально-экономических направлений. Но при этом не надо забывать и о людях. Я хочу заострить внимание, что это проблема, и эту проблему в соответствии с Нацпроектом надо решать, а как и каким образом – это нам предстоит еще подумать.

И в заключение, я считаю, что необходимо создание национальной системы мониторинга с использованием больших данных, не только в сфере туристско-рекреационной деятельности, на основе отбора универсальных индикаторов и параметров с целью оценки и сравнения, прогнозирования по дальнейшему развитию туристско-рекреационных территорий. На этой основе – определение степени вовлеченности регионов России в реализацию Нацпроекта «Индустрия и гостеприимство». То, что сейчас делает аналитический центр, с точки зрения «дорожной карты» этапности дальнейших шагов, очень актуально и своевременно.

Следующая позиция – это создание единого национального туристско-рекреационного пространства на основе формирования комплексной туристско-рекреационной экосистемы. Про эту экосистему в мире уже говорят. И у нас запускают экосистемы. У нас это экосистема туристско-рекреационная, состоящая из региональных, межрегиональных, кластерных проектов. Кластерная идеология не отменяется, она показала свою эффективность в различных степенях сложности, регионального, межрегионального уровня.

И еще одна позиция – это трансформация системы управления на основе совершенствования механизмов поддержки сферы и рекреации туризма в условиях новой реальности, на основе создания региональных ситуационных центров. У нас

есть аналитические центры при правительстве, а в регионах должны быть и по линии туристско-рекреационной созданы, потому что именно через них мы можем создавать сетевое освоение всего туристско-рекреационного пространства, сшивая возможности развития туризма на уровне регионов и между регионами в результате такого общенационального проекта.

С.П. Шпилько,
почетный президент РСТ, заведующий кафедрой менеджмента и экономики РМАТ, канд. экон. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ЭТНОТУРИЗМА В РОССИИ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Уважаемые коллеги! Евгений Николаевич в своем докладе затронул вопрос, касающийся программы реабилитации людей, перенесших заболевание ковидом.

В санаторно-курортных учреждениях страны, особенно в курортных, клинических санаториях, с мая прошлого года этот процесс начался. Это достижение ни на секунду не меньшее, чем создание вакцины «Спутник» или других. Мало того, что санатории в прошлом году, когда в июле они открылись, вынуждены были сотнями лечить у себя больных ковидом, закрывая этажи и создавая собственные боксы, так как не хватало инфекционных коек. Я знаю лично главного врача, который больше 400 человек вылечил у себя, не останавливая производство, в том числе больше 70% персонала. Были созданы вот эти великолепные программы. Выступая на пресс-конференции, президент Владимир Владимирович Путин сказал, что создана программа поддержки реабилитации.

© Шпилько С.П., 2021

Действительно, это фишка такая, их в мире практически нет. По крайней мере таких, как поставлена в «Виктории» с помощью академика Чучалина. Введена специальная программа поддержки медицинской реабилитации, постковидной. Выделены на это средства из бюджета. И все. Сколько мы ни пытались выяснить судьбу этой программы, на что эти средства и куда идут – ничего, в минздраве – тишина. Палец о палец государство не ударило, чтобы поддержать этот проект. Он даже мог быть политической фишкой не меньше, чем история с ковидом.

Приведу еще один пример. Нам без конца рассказывают, как можно конкурировать с Турцией. Вот город под названием Сочи. Спасибо, благодаря Олимпиаде у него появились перспективы развития, как у международного туристского центра. Уже в 2019 году мы туда повезли довольно много туристов из Израиля, ОАЭ и т.д. Сколько там пятизвездочных отелей? А в Белеке больше полусотни пятизвездочных отелей, которые работают по принципу не all inclusive, а ultra all inclusive и осталась одна «четверка» на второй линии. Казалось бы, нужно развивать all inclusive. Есть у нас такой великолепный отель, в том же Сочи, Геленджике, от 18 тыс. руб. начинается в среднем чек в день. Высокая загрузка. Но почему в рамках Нацпроекта не сделать программу развития all inclusive? Тем более, что такие проекты там заявлены, надеюсь, они получат свою поддержку. Но если этого не делать, тогда не надо говорить про эту конкуренцию с Турцией или с Египтом, потому что по-другому не получится. Это проверено жизнью. Могу много таких примеров привести.

Сейчас принято, по понятным причинам, говорить о развитии внутреннего туризма. В России за последние полтора года созданы более 40 комитетов и комиссий. Туда вошло почти 400 человек. Комитетные комиссии посвящены различным сферам туризма, различным сегментам рынка, различным направлениям развития туриндустрии. Все это, как правило, стейкхолдеры в своих отраслях, наиболее опытные люди, авторитетные и т.д. Я курирую полдюжины таких комиссий, в том числе по приключенческому туризму, поэтому сегодня хотел бы поговорить о развитии этнотуризма в частности. Мы со своей стороны решили, учитывая ситуацию, на-

ладить свой мониторинг реализации Национального проекта. В свое время мы сделали обзор по таким интернет-ресурсам. Посещаемость посмотрели, госконтракты – и решили не публиковать, потому что ничего, кроме скандала, из этой истории не получилось бы. Но тем не менее нам очень важно, что произойдет. Понятно, что у этих миллиардов большая часть – это предположительно частные инвестиции. Но для нас очень важно, на что пойдет бюджетная часть. Какая там будет доля, которая уйдет на проектное финансирование, которое, с нашей точки зрения, нужно. И это достаточно быстро все сегодня покажет.

Акцент, который декларируется на внутреннем туризме, в том числе курирует внутренний комитет, куда входят все крупнейшие туроператоры по внутреннему туризму. Ни одна страна в мире за счет внутреннего туризма в рейтинг ведущих стран мира не попала. Хотя у Китая и Индии несравненно больше внутреннего туризма. Просто потому, что сравниваются доходы и платежеспособность внутри страны и в мире. Причем спрос в мире растет абсолютно безгранично, т.е. 4–7% мирового роста, по-разному, 3,5%, пусть 6%. Это понятно, потому что главным фактором спроса являются не доходы, а образование. По мере роста образования во всем мире растет спрос на путешествия, когда они переходят из категории самореализации в категорию необходимых потребностей. Поэтому быть конкурентоспособным на внутреннем рынке – это одна история, а быть на мировом – без этого ничего не получится. Можно сказать, что мы решим социальную задачу, создавая условия для отдыха своих трудящихся. Но работа на мировом рынке – это конкурентоспособность. Тут электронные визы. Почему сейчас не отработать механизм выдачи электронных виз, кто мешает? Нет, заморозили на неизвестно какой период. Может быть потому, что созданы визовые центры? Посмотрите, кто их создал.

Возвращаясь к теме, почему я хотел говорить об этнотуризме. Все ведущие туроператоры по приключенческому туризму за прошлый год указали на рост спроса на их услуги от 50 до 100% и больше. Они не в состоянии переварить этот спрос, потому что у них нет такого предложения. И для того чтобы его нарастить, нужны кадры. А эти кадры попробуйте

найти, причем для работы в туроператорской компании. Потому что это должен быть специалист: мастер сплава, восхождения и пр. Нужно ведь еще их на местах найти. Мы говорим о дефиците кадров последние 13 лет. Вот у нас охота и рыбалка – очень перспективные направления в туризме, высоко востребованные. А где вы найдете таких специалистов, которые бы знали иностранные языки, которые бы умели ловить не только на спиннинг, но и как хочет его клиент, который приехал за 10 тыс. км, ловить? Их никто не готовит. Готовят для сельского хозяйства.

А кто готовит специалистов для сантура? В СССР была мощнейшая система для подготовки кадров для специалистов в области реабилитации. Как я уже сказал, этот спрос растет стремительно.

Сейчас произошло событие на Эльбрусе, мы подготовили свое предложение по повышению безопасности. Но 20 тыс. человек в год поднимаются на Эльбрус. Стремительно растет это число, и то же самое происходит и будет происходить и на Камчатке, и на Ямале. Это все невероятно ранимые и опасные, с точки зрения некачественной организации путешествий, территории. Значит, у нас, с одной стороны, будет травмироваться природа, этносреда и т.д. И плюс чрезвычайное увеличение количества различного рода происшествий. Вся мировая практика пожинает эти проблемы устойчивого развития туризма на территориях. Мы в свое время предлагали стратегию устойчивого развития до 2035 года, в Нацпроекте это учтено.

Кстати, в Нацпроекте есть несколько сильнейших моментов, раньше их не было. В частности, решение ключевой для нашей страны задачи по загрузке в межсезонье. Будет загрузка в межсезонье – будет эффективность капитальных вложений. Не будет – все могут спокойно отдыхать, принимать какие угодно национальные проекты. И, кстати говоря, в этом смысле за последнее время было два инструмента, которые сработали, – это кешбэк, только если не заливать их по определенным задачам деньгами в определенные сезоны, фокусировать на низкий сезон. Поэтому они прекрасно прошли четвертый квартал прошлого года, это была самая высокая

межсезонная загрузка. И с таким же успехом его можно использовать на освоение новых маршрутов, развитие новых направлений и т.д.

Ну и субсидирование чартерных программ внутри страны. Неоднозначная тема, но в принципе она главная, потому что для нового открытия этих направлений на географической карте страны доступность для Европы – важная история. И пока это два основных работающих инструмента. И тут мы слышим дискуссии, что надо кешбэк отменить. Вот если это будет сделано, то регулятор уничтожит самый эффективный инструмент, до которого он пока додумался в нашей среде. Кстати, я бы не сказал, что этот инструмент совсем уникальный, но как надо он у нас сделан. Он уникальный, пожалуй, в мировой практике и очень эффективный. Если его правильно использовать.

Если говорить об этнотуризме, то следует отметить, что у нас 97 народов, где-то на полмиллиона общая численность коренных малочисленных народов. 300 тыс. живут в городах Сибири, Дальнего Востока и Севера. У нас есть деревни. Либо нам удастся интегрировать их в реальной эффективной форме в процесс создания туристского продукта и туристского обслуживания, либо мы потеряем невероятный козырь в мировой конкуренции за турпоток. Сейчас компания «Норильский никель» осваивает плато Путорана – прекрасно. Реальный затерянный мир размером с пол-Франции. Там никого нет. Больше тысячи водопадов. Там есть несколько баз, в том числе одна «норникелевская», но это неважно. И вот одно дело плато Путорана как объект природного показа, другое – если там есть нагосан. Это разные продукты. Это либо музей природы, либо музей живой истории и природы. А музей живой истории на порядок круче, как раз для этой продвинутой аудитории, которой нужен аутентичный опыт, которая создает вектор формирования спроса.

Когда вы сравниваете преимущества России и других стран в рейтингах, нужно понимать, что мы во въездном туризме по доходам в целом в десятку раньше входили. Это все вместе с трудовыми мигрантами, которые считаются долей во въездном турпотоке. Но если сравнивать такие вещи, как, например, возможность побывать в настоящей родовой об-

щине. По сути, где она есть? В Амазонии, в Океании, в Центральной Африке, кое-где на Ближнем Востоке, но она есть и в России.

Десять лет назад на Чукотке высаживаемся – стойбище. Бегают голые дети, по-русски никто не говорит, любой чум возьми – произведение искусства архитектурного в прямом смысле. Перед одним из них я нахожу дощечку, в которой два углубления деревянных. У старейшины спрашиваю, который по-русски более-менее говорит: «Вы огонь так разводите?» Он говорит: «Да это когда шаманим». Вы где такое найдете? Во-первых, это еще существует. А доступность этого и сравнить нельзя с Амазонией или Центральной Африкой. Вот это такой козырь, который либо проиграет в ближайшее время, либо, наоборот, выиграет.

Но мы не можем создать этот продукт без интеграции этих народов в этот процесс. А как вы думаете, сколько у нас туроператоров, которые по-крупному занимаются въездным туризмом? Я могу сказать. Если не считать приграничных – Калининград, Владивосток, Хабаровский край, там более-менее, то наберется десятка полтора, ну, два. Это же так мало по сравнению с задачей развития внутреннего туризма. И это число уменьшилось за последние десять лет многократно.

Если посмотреть туроператоров, которые занимаются приключенческим туризмом, – то же самое. Вы их не найдете. Ну что там RussiaDiscovery, по сравнению с ним держит «контрольный пакет» на мировом рынке круизов экспедиционных и т.д. А мы говорим, что к ним еще нужно интегрировать в их работу вот эти малочисленные народы Севера, без которых не обойтись. Есть практики? Есть отличные практики, не вопрос. Если вы посмотрите в Интернете этнографические туры, то найдете там полсотни предложений или меньше, которые все находятся в диапазоне от 100 до 200 тыс. руб., не считая перелета. Для того чтобы нам развивать и продвигать этот продукт, нельзя сильно снижать цену земли, потому что там это не в капитальное вложение упирается, а в создание самого продукта. Нужно в основном некапитальные средства размещать. Необходимо снижать стоимость этого продукта с точки зрения перевозки. Потому что у нас доля перевозки составляет где-то больше 40%. Для сравнения: в Германии –

23%, в Штатах – 16%. И плюс полный блок ставит цена вертолето-часа, потому что стоимость «вертушки» в час огромная и плюс колоссальное количество проблем с регулированием этих полетов. Группу можно завести, а как ее вывезти в случае неблагоприятных погодных условий? Там много таких важных нюансов.

У нас есть Аляска, у нас есть миллион примеров, где все это уже развито. Все эти вопросы сто раз решены. И нам нужно дожать их с точки зрения интеграции местного населения. Можно перечислять долго, что у нас есть этностойбища, например Ямал. Это все очень маленькое. Это одна семья. Нам не нужен индустриальный флагшток. Нам не нужно, чтобы цена этого продукта опускалась, потому что если она будет низкой, эта природная среда будет просто сметена. Вместо народного искусства получим дешевые народные промыслы, это тоже все проходили.

Вопрос устойчивого развития чрезвычайно важен, и сейчас, с моей точки зрения, он справедливо передается в регионы для комплексного развития территории, потому что по-другому сейчас туризм просто не развивается. Когда происходит проектирование территории, турпродукта, который должен в результате возникнуть, все эти нюансы должны учитываться, взаимно увязываться, и только тогда этот продукт получится и будет конкурентоспособным. А закончить я хочу, в знак солидарности с малочисленными народами Севера, в этой маске, которая с тех самых нагосан, которые иногда бывают. Потому что эта маска не только от того, чтобы не ослепнуть от снега в солнечную погоду и спастись от ветра в пургу, она еще отгоняет злых духов.

Г.М. Романова,
ректор Сочинского государственного университета,
д-р экон. наук, профессор

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Позвольте мне представить свой доклад, который посвящен концептуальному подходу к управлению персоналом в условиях цифровой трансформации. То, что произошло в мире за последние годы, связанное с коронавирусом, было определенным вызовом, и в результате всем пришлось мобилизоваться на уровне организаций, на уровне всего государства, чтобы запустить новые технологии взаимодействия, новые технологии процессов обслуживания, производственных процессов, технологии управления вообще всей организацией и персоналом. В связи с этим я выбрала эту тему доклада. Более того, чуть больше года назад указом президента Российской Федерации было определено пять национальных целей развития. Одна из них – цифровая трансформация.

Начиная с 1960 года мы стали переходить от простого пакетного тура к бесшовным процессам и полной автоматизации туристских путешествий, что иллюстрирует процесс цифровизации и цифровой информации туристского рынка. Пройдя с 2011 по 2018 год этап деферризации турпродукта от профиля клиента с помощью технологической платформы, или этап технологической персонализации, с 2019 года туристский рынок переходит к массовой персонализации путешествий, созданию системы автоматизации, созданию индивидуальных туров, этапу высокотехнологичной персонализации.

Серьезные изменения происходят в технологических и социальных трендах в туризме, которые определяют глобальное развитие всей системы туризма. Основные тренды соответствуют перечню сквозных технологий, развитие которых предусмотрено программой «Цифровая экономика Россий-

© Романова Г.М. , 2021

ской Федерации». В сфере туризма стали активно внедряться технологии искусственного интеллекта, система распределенного реестра, компоненты робототехники, сенсорика, технологии виртуальной и дополненной реальности.

Федеральная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» определила следующие основные цели:

1) формирование и функционирование цифровой экосистемы, основанной на ключевой роли цифровых данных; обеспечение эффективного взаимодействия власти, бизнеса и общества;

2) формирование условий развития инфраструктуры для создания и развития высокотехнологичного бизнеса, снижение барьеров и рисков для предпринимательства на высокотехнологичных рынках;

3) повышение конкурентоспособных отраслей экономики в целом и глобального рынка.

Общий объем финансирования программы составляет 1,634 трлн руб. Из них более 1 трлн – это средства федерального бюджета, и более 535 млрд – это внебюджетные источники.

В структуре финансирования Национального проекта «Цифровая экономика» наибольший объем финансирования предусмотрен на создание технической и технологической инфраструктуры цифровой экономики. В рамках федеральных проектов на информационную инфраструктуру приходится примерно 47% финансирования, а на цифровые технологии – примерно 27% финансирования. Эти планы будут способствовать формированию зрелого типового туристского рынка с высокими возможностями интеграции систем его участников. Также хочу обратить внимание на сегмент каждого федерального проекта цифровой экономики, который предусмотрен на 87% финансирования.

Посмотрим, какова ситуация сейчас на туристском рынке. По данным Росстата и экспертным оценкам, в 2019 году рынок выездного туризма демонстрировал наиболее активное внедрение цифровых технологий. В результате он был поделен практически поровну между классическими туроператорами и онлайн-сервисами. На долю онлайн-сервисов приходилось 8,3 млн туристов, или 51% рынка. На долю классиче-

ских операторов – примерно 7,9 млн туристов и 49% продаж. Большую роль в этом играет персонал. Для цифровизации в сфере управления персоналом организации должны самостоятельно разрабатывать необходимые сервисы и программы либо использовать уже имеющиеся. Это система автоматизированного рекрутинга, система KPI управления, модульная платформа управления персоналом HR Max E и другие программы.

В 2019 году компания Coleman Services провела онлайн-опрос среди HR-специалистов 69 компаний. Результаты показали, что 62% организаций уже автоматизировали некоторые функции управления персоналом; 17% находятся в базовой стадии цифровизации процессов; 10% прошли начальный этап автоматизации и автоматизировали базовые функции; 6% компаний только приступили к процессу автоматизации; только 4% являются лидерами HR-цифровизации – полностью прошли цифровую трансформацию, автоматизировав все функции управления персоналом. Также Coleman Services в рамках своего исследования выявила, в каких направлениях происходит диджитализация специалистов.

Процессы цифровизации вносят корректировки в систему управления человеческими ресурсами, смещая акцент значимости в сторону коммуникационной среды предприятия информационного пространства. Рассматривая классическую парадигму классического управления человеческими ресурсами в сравнении с новой цифровой, мы выделяем следующие отличительные черты.

Структура цифровизированного управления персоналом в обобщенном виде представлена в виде основных пяти элементов, и следствия всех цифровизированных трансформаций проявляются на всех жизненных циклах управления персоналом. Они будут не только распространять свое влияние на внутреннюю среду организации, но и формировать способность типа рынка труда. И на этом рынке особая потребность возникнет в цифровых талантах, что повлечет за собой изменение востребованности ряда специалистов.

Исследования – наши и других специалистов – показывают, что те предприятия, которые используют цифровые технологии в HR-деятельности, демонстрируют лучшие результа-

ты. Происходят оптимизация подбора кадров и расчетов компенсаций, автоматизация сбора данных и снижение издержек. Анализ и знание нашей среды показывают, что предприятия, которые развивают цифровые технологии управления персоналом, в среднем на 26% прибыльнее своих конкурентов. Предъявляются значительные требования к компетенции персонала, задействованного в индустрии туризма и гостеприимства. И, безусловно, нам как представителям учебных заведений необходимо вносить очень серьезные корректировки в учебные планы. Будет очень правильно, если мы объединим свои усилия, создадим единый пул педагогов, представителей практик, которые будут готовить студентов и делать акцент на этом направлении подготовки.

Также особое внимание хотела бы обратить на такой важный компонент, который обеспечивает качество образования в высшей школе, как выпускники общеобразовательных школ. Наши исследования показывают, что достаточно незначительная часть сдает ЕГЭ по информатике. И также в учебных планах подготовки в школах пока очень незначительный объем занимает информатика. Поэтому я предлагаю как один из пунктов резолюции внести следующее: «Исследование мотивации и количества выпускников школ, которые сдают информатику, а также создание системы мотивации для директоров школ, направленной на то, чтобы большее число выпускников школ сдавало экзамен ЕГЭ по информатике, вплоть до того, чтобы экзамен ЕГЭ по информатике сделать обязательным». Иначе на уровне как простого потребителя, так и организатора различных процессов обслуживания реализовать проект цифровой трансформации будет невозможно.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

ECONOMIC ASPECT OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

УДК 379.85

Т.И. Власова, *президент Национальной академии туризма, ректор Балтийской академии туризма и предпринимательства, д-р пед. наук, профессор,*
mail@batp.ru
С.Н. Данилова, *исполнительный директор Национальной академии туризма, старший преподаватель кафедры туризма и гостеприимства Балтийской академии туризма и предпринимательства, канд. экон. наук,*
danilova_svetlana94@ro.ru
К.А. Англинов, *заведующий кафедрой туризма Санкт-Петербургского института гостеприимства, канд. пед. наук, доцент,*
anglinov13@mail.ru
г. Санкт-Петербург, Россия

T.I. Vlasova, *The President of the National Tourism Academy, Rector of Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,*
mail@batp.ru
S.N. Danilova, *National Tourism Academy, Executive Director, Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship, Department of Tourism and Hospitality, Senior Lecturer, Candidate of Economic Sciences,*
danilova_svetlana94@ro.ru
K.A. Anglinov, *Saint Petersburg Institute of Hospitality, Head of the Department of Tourism, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,*
anglinov13@mail.ru
Saint Petersburg, Russia

© Власова Т.И., Данилова С.Н., Англинов К.А., 2021

Ключевые слова: экономика культурно-образовательного туризма; туристско-экскурсионное сопровождение образовательного процесса; развитие «Серебряного ожерелья России».

Keywords: economy of cultural and educational tourism; tourist and excursion support of the educational process; development of the «Silver Necklace of Russia».

Культурно-образовательный туризм как локомотив развития внутреннего и въездного туризма в условиях ковидных ограничений требует особого экономического подхода к организации и технологии обслуживания туристов и экскурсантов. Позитивно зарекомендовавшая себя прогрессивная практика программы государственного субсидирования поездок по России может быть распространена на экономическую модель обеспечения эффективности туристско-экскурсионного сопровождения учебно-образовательного процесса в школах, ссузах и вузах. Базой научно-исследовательской разработки и экспериментальной площадкой новой экономической модели культурно-образовательного туризма может стать Северо-Западный федеральный округ с координационным центром в Санкт-Петербурге и представительствами во всех регионах «Серебряного ожерелья России».

Cultural and educational tourism as a locomotive for the development of domestic and inbound tourism in the conditions of covid restrictions requires a special economic approach to the organization and technology of servicing tourists and tourists. The progressive practice of the program of state subsidization of trips in Russia, which has proven itself positively, can be extended to the economic model of ensuring the effectiveness of tourist and excursion support of the educational process in schools, colleges and universities. The North-Western Federal District with a coordination center in Saint Petersburg and representative offices in all regions of the «Silver Necklace of Russia» can become the basis for research development and an experimental platform for a new economic model of cultural and educational tourism.

Всемирный паралич туристско-экскурсионной деятельности в 2020 году, вызванный ковидными ограничительными мерами, актуализировал разработку новых экономических решений, направленных на поддержку существующих и задействование ранее не использовавшихся отраслевых связей народного хозяйства в целях поддержания и развития культурно-образовательной туристской и экскурсионной деятельности в регионах России. В связи с этим в последнее время развитию культурно-образовательного туризма было посвящено немалое число публикаций.

Так, доктор педагогических наук, ведущий научный сотрудник Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Институт художественного образования и культурологии Российской академии образования» Е.Ф. Командышко рассмотрела культурно-познавательный туризм как дополнительный педагогический процесс, сочетающий обучение и воспитание в духовно-нравственном и художественно-эстетическом понимании [1]. При этом возможности экскурсий связываются с познавательными туристскими продуктами на срок от 15 дней до трех месяцев, реализуемыми с целью выполнения задач по повышению квалификации или углублению знаний в соответствии с учебными программами образовательных организаций. В этом смысле, по мнению Е.Ф. Командышко, культурный туризм значим как в образовательном, так и в экономическом плане, поскольку все большее число регионов задействуют его для развития новых сфер туризма и экскурсоведения [1].

Исследования С.Н. Широбокова и О.А. Федоровой показали, что культурно-образовательный туризм представляет собой одно из магистральных направлений международного культурного обмена, которое способствует укреплению международного сотрудничества в научной сфере и образовании [2]. Очевидно, что в случае выработки Россией новых решений ее рейтинг и, как следствие, экономический потенциал существенно возрастут. Добиться этого, как показал опыт международной деятельности Национальной академии туризма, позволяет объединение высших образовательных учреждений в консорциумы – участники международных программ. С одной стороны, это позволяет привлечь необходимые инве-

стиции, с другой – укрепить привлекательность и экономическую состоятельность регионов, где располагаются участники консорциумов.

При этом, помимо выявленных авторами статьи форм реализации туристско-экскурсионных продуктов («языковые туры», летние школы, этнокультурные экспедиции, школьные научно-познавательные экскурсии и др.), экономически привлекательными оказываются выезды в особые туристско-рекреационные экономические зоны, где реализация культурно-образовательных функций является концептуальным компонентом проекта. О них упоминается в публикациях целого ряда исследователей ([3] и др.). В то же время, судя по результатам анализа статистических показателей мониторинга, спектр форм культурно-образовательного туризма в условиях пандемии оказывается недостаточным. В условиях ковидных ограничений особо актуализируется пребывание гостей в дестинациях без ночевки, т.е. менее 24 часов, а то и вовсе без реального присутствия в них. Применительно к такого рода проявлениям туризма/экскурсий предоставляемый туроператорами спектр услуг (форм) не охватывает целый ряд экономически привлекательных суперструктурных (целевых) компонентов путешествий.

Восполнение этого недостатка представляется возможным на основе исследований и мероприятий, проводившихся Национальной академией туризма (НАТ) в сотрудничестве с Балтийской академией туризма и предпринимательства (БАТиП), Санкт-Петербургским институтом гостеприимства (СПИГ), Государственным университетом управления (ГУУ), Омским государственным университетом (ОГУ), Академией гостеприимства, Агентством путешествий и экскурсий «Эклектика» и другими организациями на протяжении почти 20 лет. В их ряду особо значимым в контексте рассматриваемой темы стало осуществление инициативных научно-прикладных исследований (работ, НИР), включавших реализацию виртуальных (дистанционных) форм, по сути, сопровождения маршрутов культурно-образовательного туризма и экскурсий. Так, еще в 2004 году силами НАТ и БАТиП было осуществлено виртуальное сопровождение экспедиционного тура «Ладожское кольцо». При этом офлайн-коммуникация

поддерживалась с помощью сотовых телефонов и пейджеров. В 2006–2015 годах подобного рода эксперименты проводились в рамках инициативных НИР. Одной из наиболее значимых стала разработка комплексного межрегионального проекта «Серебряное кольцо России», включающего целый ряд частных наработок, подобных инвестиционному проекту «Русь Серебряная» [4]. В 2010–2013 годах такого рода исследования проводились в связи с участием указанных выше образовательных и экскурсионных организаций в европейско-российском проекте «Темпус» по сельскому туризму [5].

В начале 2020-х годов тема развития культурно-образовательного туризма обрела особую актуальность и стала объектом внимания многих структур, связанных с осуществлением и исследованием туризма и экскурсоведения. Так, в феврале 2021 года были опубликованы предложения по созданию федеральной программы «Образовательный туризм» [6]. При этом указывалось, что Россия занимает шестое место в мире по численности обучающихся иностранных граждан. В ходе прошедшей 20 марта 2021 года на платформе Microsoft Teams VII Московской (I Всероссийской) научно-практической конференции «Образовательный туризм в школе и вузе», в которой приняли участие учителя школ и колледжей, преподаватели вузов, работники сфер науки и туризма, студенты из разных городов России, доцент Д. Шульгина рассказала о разработанных виртуальных экскурсиях по усадебно-парковым комплексам для реализации в образовательной деятельности госпитальной школы. Она подчеркнула, что такие экскурсии позволяют не только узнать культуру России, но и помочь в прохождении программы по другим предметам, создать у обучающихся эффект эмоциональной вовлеченности, стимулировать стремление к креативной деятельности, дать возможность по-новому воспринять и осмыслить пространство [7]. Это еще раз подтверждает, что ассортимент услуг культурно-образовательных туристско-экскурсионных продуктов может быть существенно расширен за счет экономически выгодных виртуальных форм, экономичных с точки зрения инфраструктурных затрат.

Объем потребителей рынка культурно-образовательного туризма и экскурсий (КОТиЭ) по статистике растет самы-

ми высокими темпами. В первой половине 2010-х годов, по данным Всемирной молодежной студенческой и образовательной туристической конфедерации (WYSTC), среди студентов привлекательность совмещения отдыха с заботой о своем развитии и образовании увеличилась на 40% [8]. При этом в продукции КОТиЭ потенциальные покупатели со всего мира ищут «возможность увидеть страну изнутри, глазами местных жителей, почувствовать на себе новые социальные и культурные условия, а также совместить отдых с изучением иностранного языка. Возраст 57% таких путешественников составляет 20–25 лет, а доля молодых людей от 25 до 35 лет за пять лет возросла с 23 до 31%» [8].

В России эта мировая тенденция активно поддерживается: «пляжные и однообразные экскурсионные программы многим уже кажутся неинтересными, современные российские туристы хотят большего, в частности, отдыха, который позволит не только расслабиться, но и приобрести нужные навыки и знания. И основное отличие российских и общемировых тенденций именно в этом: в России, как ни в одной другой стране мира, растет интерес к образовательному туризму» [8]. При этом важно отметить, что приверженность к КОТиЭ в России просматривается в основном среди молодежи студенческого возраста (25%), но в первую очередь в аудитории юношества (школьников) – до 70%. Только 5% высказавшихся за приоритетность образовательного туризма составили опрошенные старше 25 лет. Понятно, что в последние два года ковидных ограничений общее число «сторонников» культурно-образовательного туризма существенно выросло.

С точки зрения экономики это открывает новые возможности для наполнения не только муниципальных бюджетов, обеспечивающих развитие системы образования, но и региональных бюджетных и внебюджетных фондов, определяющих развитие бизнеса. В этом ракурсе по-новому представляются экономическая модель и потенциал проекта «Серебряное ожерелье России», рожденного в Национальной академии туризма во многом благодаря административно-организационным усилиям С. Корнеева по включению его в целевую федеральную программу Национального проекта [9]. На основе обработки данных обзора новостей Национального

проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» экономические перспективы задействования виртуальных форм культурно-образовательного туризма оказываются вполне гармоничными [10]. Так, например, по сообщению от 10 сентября 2021 года, в Карелии для представителей сферы туризма и гостеприимства введены налоговые каникулы на пять лет. В публикации от 13 сентября 2021 года указываются конкретные примеры влияния туризма на экономику регионов Северо-Западного федерального округа России через создание новых рабочих мест и объектов инфраструктуры, подходящей для использования ее в целях развития культурно-образовательного туризма и экскурсий [9].

Такого рода примеры и инициативы крайне созвучны стратегии развития до 2035 года северной столицы России – Санкт-Петербурга [11]. Здесь виртуальные формы культурно-образовательного туризма, как отчасти уже указывалось в публикациях «Вестника НАТ» [12], могут существенно усилить экономический эффект от внедрения персональных культурно-образовательных программ (ПКОП). На фоне явных успехов России и Санкт-Петербурга по экспорту образовательных услуг, по доходам от эксплуатации культурного потенциала музеев, театров, конгресс-холлов, библиотечного фонда, образовательных учреждений инновационный эффект от создания ПКОП может превзойти все ожидания и принести бюджетам северной столицы, субъектов СЗФО, включенным в число дестинаций «Серебряного ожерелья России» (СРО), существенное пополнение, составляющее, по скромным расчетам, до 10–15 млрд рублей в год.

При этом в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» при соответствующих инвестициях в объекты СРО могут быть созданы инфраструктурные компоненты, необходимые для наращивания экономического потенциала от реализации персональных культурно-образовательных программ. В перечень первичных ассигнований для этого, как показали анализ и предварительная проработка, необходимо включить создание, например, в Приморском районе Санкт-Петербурга на базе комплекса «Лахта-центр» проектно-конструкторского бюро (ПКБ) по разработке ПКОП. Целесообразность и оправданность базирования ПКБ в «Лахта-

центре» определяется факторами прямой заинтересованности «Газпрома» и туристско-экскурсионной привлекательности этого нового культурного комплекса. В предпринятой предварительной разработке было установлено, что уже на третий год своего существования программа развития культурно-образовательного туризма и экскурсоведения в виртуальной ипостаси может выйти на обозначенные выше объемы финансовых доходов.

Дальнейшее формирование практических структур в направлении развития культурно-образовательного туризма и экскурсоведения с использованием персональных культурно-образовательных программ для внутрироссийского и международного внедрения будет зависеть от организации деятельности соответствующей рабочей группы, проведения НИОКР с привлечением тезауруса исследователей и экспертов НАТ и своевременного принятия соответствующих решений на уровне Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, Ростуризма и заинтересованных федеральных министерств. При этом следует учитывать, что в действующем законодательстве РФ отсутствует понятие «культурно-образовательный туризм». В разрабатываемый закон о туризме РФ эти категории должны быть включены для возможности юридического регулирования формирующейся сферы туризма и экскурсоведения. В классификаторе Всемирной туристской организации (ЮНВТО) образовательный туризм существует. Это может послужить основанием для включения понятия «культурно-образовательный туризм» в российское законодательство.

Сделать это будет легче и быстрее, если учесть, что в современных условиях персональные культурно-образовательные программы как продукция для туристов и экскурсантов, ограниченных в реальных передвижениях по планете, в виртуальном представлении оказываются особенно востребованными. Значительную помощь экспертам и законодателям в определении экономической значимости ПКОП как продукции туристского назначения могут оказать уже проведенные в НАТ исследования, ссылки на которые приведены выше, и другие [13; 14]. В результате их проведения, во-первых, стало очевидно, что привлекательными для освоения во время отдыха становятся образовательные программы, которые

«подстроены» под природный тип человека (темперамент, вид восприятия, тип памяти, мышления и эмоционального строя). Во-вторых, наибольшим спросом у путешественников пользуются культурные объекты и феномены, которые вызывают незашоренный познавательный интерес, могут доставить эстетическое наслаждение, будоражат эмоции.

В связи с этим при формировании типовых форм (шаблонов, базовых заготовок) для персональных культурно-образовательных программ применительно к условиям Санкт-Петербурга и Русского Севера в качестве опорных объектов изучения рассматривались проявления природы и особенности культуры, исторически свойственные исконной русской цивилизации. При этом особое внимание в соответствии с выявленным спросом среди иностранных и отечественных путешественников, потребляющих услуги туристских операторов и экскурсионных бюро, уделялось задействованию исторических событий и свидетельств «домонгольской эпохи», т.е. IX–XIII веков. В связи с новизной археолого-документальных открытий в отношении источников и составляющих частей культуры средневековой Руси эти моменты включаются в ПКОП. Как показали проведенные экспериментальные инновации, такие «включения» благоприятно воспринимаются и запоминаются.

В то же время особое одобрение у покупателей пробной вариации виртуальных ПКОП вызвала сама методика постижения культурных глубин представляемого для ознакомления объекта. Основным моментом предложенной методики стало четырехэтапное «погружение». На первом этапе представленный как чудо/загадка культуры русов объект изучается на основе выдвижения гипотезы о его истории, выстраиваемой на базе раскрытия условий его возникновения. Далее в поле обозрения вводится новая информация, представление которой вызывает возможность возникновения целого ряда вариантов гипотетического развития его истории. На третьей ступени решения культурно-образовательной задачи создается проблемная ситуация, снятие которой позволяет выявить доказательную основу для построения истинной истории «жизни» объекта (события). Наконец, на четвертом этапе субъекту

предоставляется возможность создать свое решение, составляющее «новое слово» в истории объекта.

Предварительные итоги обобщения и интерпретации полученных результатов использования таких виртуальных ПКОП в контексте культурно-образовательного туризма и экскурсоведения неожиданно выявили некоторую, пока не до конца осмысленную с точки зрения теории экскурсоведения, закономерность. Она заключается в том, что по мере погружения в игру с объектом участник проявляет готовность дополнительно платить за усложнение познавательных заданий и увеличение протяженности «сеанса» (экскурса, тура). Этот феномен, помимо прочего, внушил дополнительный оптимизм в части экономической состоятельности избранной Национальной академией туризма стратегии представления туристско-экскурсионных ресурсов дестинаций «Серебряного ожерелья России», включая сам Санкт-Петербург, для потребления потенциальными покупателями виртуальных персональных культурно-образовательных программ по Русскому Северу.

Апробация предпринятых разработок и результатов экспериментальных проверок на ряде научных форумов, включая обсуждения со специалистами Городского туристско-информационного бюро Санкт-Петербурга в декабре 2020 года и профессионалами экскурсоведения целого ряда регионов России в июле 2021 года в режиме видеоконференций, показала экономическую эффективность виртуальных ПКОП как компонента, предваряющего и/или завершающего реальное посещение дестинаций Русского Севера в рамках «Серебряного ожерелья России» с культурно-образовательными целями. Намеченные к дальнейшему исследованию этапы использования виртуальных форм культурно-образовательного туризма в Северо-Западном федеральном округе при соответствующей поддержке Ростуризма и заинтересованности профильных ведомств могут быть реализованы в ходе грантовой НИР, комплексной НИОКР и не только дать экономический эффект в интересах туристско-экскурсионной деятельности, но и оставить глубокий продуктивный след в деле повышения эффективности учебно-воспитательных экскурсий в школах, ссузах и вузах России – более высокий, чем был достигнут в СССР [15].

Понятно, что для этого в бюджетах образовательных организаций должно предусматриваться не менее 20% общих ассигнований на образовательный процесс для осуществления экскурсионно-познавательных мероприятий. Однако это уже вопрос административно-правового регулирования.

Литература и источники

1. Командышко Е.Ф. «Образовательный» туризм как эффективный педагогический путь художественного воспитания детей и молодежи // Министерство просвещения РФ. Институт художественного образования и культурологии РАО. URL: http://www.art-education.ru/electronic-journal/obrazovatelnyy-turizm-kak-effektivnyy-pedagogicheskiy-put-hudozhestvennogo (дата обращения: 01.09.2021).

2. Широбоков С.Н., Федорова О.А. Развитие культурно-образовательного туризма в контексте международного сотрудничества // Интеграция образования. 2014. № 4. С. 31–34.

3. Крылов С.Ю. Концептуальные подходы к созданию туристско-рекреационных особых экономических зон // Вестник Национальной академии туризма. 2006. № 1. С. 31–34.

4. Чистякова Т.Н. Серебряное кольцо России. СПб.: НП-Принт, 2015. 348 с.

5. Основы управления сельским туризмом: монография: в 3 ч. СПб.: СПИГ, 2012.

6. В России предложили разработать федеральную программу «Образовательный туризм» // Известия. URL: https://iz.ru/1122864/2021-02-10/v-rossii-predlozhili-razrabotat-federalnuiu-programmu-obrazovatelnyi-turizm (дата обращения: 29.08.2021).

7. В институте естествознания и спортивных технологий (ИЕСТ) состоялась конференция про образовательный туризм / МГПУ, ИЕиСТ, Геоцентр, 22.03.2021. URL: https://www.mgpu.ru/v-iest-sostoyalas-konferentsiya-pro-obrazovatelnyj-turizm/ (дата обращения: 02.09.2021).

8. Образовательный туризм в России и в мире // Eduabroad. URL: https://eduabroad.ru/journal/startravel/1 (дата обращения: 03.09.2021).

9. Серебряное ожерелье России // Культура.РФ. URL: https://www.culture.ru/s/serebryanoe-ozherelye/ (дата обращения: 13.09.2021).

10. Туризм и индустрия гостеприимства: национальный проект РФ. URL: https://национальныепроекты.рф/projects/turizm (дата обращения: 07.09.2021).

11. Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2035 года // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. Комитет по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга (КЭПиСП). URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_econom/strategiya-ser-2035 (дата обращения: 31.08.2021).

12. Власова Т.И., Англинов К.А. «Русская Троя» Санкт-Петербурга: культура и экономика // Вестник Национальной академии туризма. 2021. № 57. С. 50–54.

13. Власова Т.И. Культурный туризм: условия устойчивого развития // Вестник Национальной академии туризма. 2008. № 8. С. 36–38.

14. Англинов К.А. Санкт-Петербург – культурная столица мира: инвестиционный бренд и эконом-технологии // Вестник НАТ. 2020. № 56. С. 72–75.

15. По числу иностранных студентов Россия побила рекорды СССР // Аккредитация в образовании. URL: https://akvobr.ru/po_chislu_inostrannyh_studentov_rossiya_pobila_rekordy_sssr.html (дата обращения: 13.09.2021).

К.А. Арзамасцев,
генеральный директор АО ТГК «Измайлово»

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В ПЕРИОД ПОСТПАНДЕМИИ

Добрый день, уважаемые коллеги! Позвольте поздравить всех нас с Днем учителя. На сегодняшний момент флагманом в московском туризме является не гостиничный комплекс «Измайлово» численностью 5000 номеров, а Российская международная академия туризма. Что мы сейчас видим – очень яркие выступления, очень компетентных специалистов, которые говорят о том, что у нашего туризма есть будущее. И оно реально.

© Арзамасцев К.А., 2021

Все гостиницы непосредственно Москвы, да и России, попали в сложную ситуацию в пандемию. Выжили не все. И мы сейчас находимся в стадии достаточно непростой. Потому что 2020 год стал, наверное, уникальным с точки зрения остановки туризма в целом, чего не было даже в период каких-то глобальных войн и катастроф. Апрель для Москвы был критичным, локдаун был полный, и загрузка гостиниц составляла примерно 2-3%. Доходная часть гостиниц была полностью остановлена, а расходная часть осталась прежней. И те преференции, которые все-таки мы получили от государства с точки зрения отсрочки по налогам, прощения каких-то моментов с точки зрения платы за землю, они в общем объеме наших расходов были ничтожны, т.е. совершенно ничтожны. Этот период продолжался не месяц, он продолжался намного больше.

На сегодняшний день не все гостиницы восстановились от этого удара, а некоторые уже никогда не встанут с колен и просто прекратят свою работу.

Мы являемся одним из крупнейших комплексов в Европе. Хочу выразить огромную признательность Академии туризма за то, что студенты и преподавательский состав помогают нам в решении очень сложных задач, связанных с налогообложением. Например, такой момент, как снижение налоговой нагрузки на предприятия гостиничных комплексов, для того чтобы была возможность быстрее восстановиться после пандемии. Это очень важный фактор, потому что мы от этого очень сильно зависим.

Новые условия поставили перед сотрудниками гостиниц новые важные задачи, которые приходится решать. Например, тот же клининг, которым мы активно пользуемся, на сегодняшний день в связи с осуществлением такого, достаточно внимательного, мягко скажем, заезда для иностранных граждан, он парализовал работу очень многих услуг, которыми мы пользуемся. Это для нас огромная проблема. Мы оказались в действительно непростой ситуации, потому что есть тот фронт работ, который наши московские жители и жители Московской области просто отказываются выполнять.

Наша отрасль попала в сложную ситуацию и с доходами. В Москве ни одна гостиница реально закрыта не была.

Почему? Вопрос очень простой. Потому что в таком случае надо было как-то компенсировать затраты собственникам на закрытие бизнеса. В других регионах, в мировой практике это доходило до 70–80% доходов прошлого года. К сожалению, мы выбирались сами, хотя огромную помощь в том числе и государство оказало нам. Такая казусная ситуация: с одной стороны, помощь, с другой – врачи, которые непосредственно участвовали в работе по устранению последствий пандемии, по лечению наших людей, они в огромном количестве поселялись у нас. И, конечно, это потребовало выполнения определенных условий по безопасности, в том числе и для тех граждан, которые отдельно селились. Разведение потоков, отдельные этажи, дополнительная дезинфекция – это все не просто. И до сих пор эта нагрузка на гостиничный бизнес существует. Потому что есть ограничения.

Мы также находимся под непростым вниманием контролирующих органов. Никому не выгодно иметь большие штрафы и приостановку деятельности. Но бывают разные ситуации, человеческий фактор. Сотрудник гостиницы может, к сожалению, нарушить действующее законодательство, что приведет к существенным штрафам. Тоже новые условия, в которых мы находимся.

Но, несмотря на это, дорогие друзья, уважаемые коллеги, жизнь продолжается. Период 2018 года, период чемпионата мира, дал колоссальный, огромный толчок. Мы действительно ощутили сильные потоки въездного туризма, которые, к сожалению, были «подрублены» в 2020 году. На сегодняшний день 90% – это наш внутренний туризм. Коллеги говорили о его развитии. И он сейчас является основной доходной частью гостиниц Москвы, да и России в целом. Поэтому и Крым, в этом году я неоднократно его посещал, просто забит туристами под завязку. Вот в какие интересные условия попала наша туристская отрасль.

Спасибо огромное Академии туризма за специалистов. Студенты Московского филиала РМАТ находятся непосредственно в гостиничном комплексе «Измайлово», проходят у нас практику, наши сотрудники повышают свою квалификацию на базе Российской международной академии туризма. Все-таки, когда это 5000 номеров, можно говорить о глобаль-

ном, масштабном учебном процессе. Наши ученики должны превосходить своих учителей, и мы видим это уже сейчас, выпускники РМАТ достаточно успешно работают в структуре нашего гостиничного комплекса. Спасибо большое!

Марианджела Дзенго,
профессор Университета UNIMIB (Италия)

О ПОВЫШЕНИИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ ИТАЛИИ

Доброе утро, приветствую вас из Миланского университета Бикокка. Сегодня я представлю вам совместную работу с профессором Патрицией Даниэлой Модика из Университета Кальяри в Италии, профессором Гурсой из Школы гостиничного менеджмента в США и Барбарой Теренци из Университета Кальяри. Название моей презентации: «Стратегии обеспечения устойчивых цепочек поставок в сфере гостиничного хозяйства: готовность потребителей доплачивать».

В данной работе исследуется то, как экономические, социальные и экологические стратегии обеспечения устойчивости цепочек поставок компании в сфере гостиничного хозяйства влияют на готовность клиента доплачивать, с использованием данных, собранных у 288 туристов, посетивших Южную Сардинию в Италии (Кальяри). Было проанализировано, как демографический профиль потребителей влияет на их готовность платить по более высоким ценам. Презентация состоит из введения, методов, результатов, анализа и выводов.

Начнем с введения. Данное исследование направлено на изучение влияния стратегий обеспечения устойчивости на от-

© Дзенго Марианджела, 2021

ношение и поведение европейских потребителей в процессе выбора отеля.

Во-первых, мы хотим проверить, существует ли прямая зависимость между лояльностью потребителя и его готовностью доплачивать. Мы также хотим увидеть, существует ли прямая зависимость между экологическими, социальными и экономическими аспектами цепочки поставок и готовностью потребителей платить. Эти две гипотезы достаточно хорошо освещены в литературе. Можно предложить и другие гипотезы, основанные на демографической информации и демографической характеристике туристов.

Итак, первое – это прямая зависимость между потребителями-женщинами и готовностью доплачивать, а также между молодыми клиентами и готовностью платить больше. Кроме того, платить больше готовы потребители с более высоким доходом и потребители, заботящиеся об окружающей среде.

Готовность доплачивать показывает значительную взаимосвязь с географическим и культурным фоном. Конечно, эти гипотезы подробно освещены в литературе. Так что можно перейти к описанию методов.

Первый метод заключается в том, что мы проверили наши гипотезы с помощью анкеты, которая была разработана для подтверждения такого рода гипотез.

Туристы, поведение которых мы анализировали, посещали Южную Сардинию в период с мая по сентябрь 2017 года, и, конечно же, мы использовали удобную выборку по группам в качестве метода для отбора людей и выбирали респондентов, используя выборку по группам для каждой национальности.

Анкета содержала несколько пунктов для определения восприятия потребителями стратегий обеспечения устойчивых цепочек поставок в сфере гостиничного хозяйства и более ста пунктов по пятиуровневой шкале Лайкерта.

Выборка состояла из 288 анкет. 51,1% опрошенных составляли женщины, 80,7% были моложе 54 лет, т.е. большинство опрошенных туристов. В разбивке по национальностям: около 36,5% составляли итальянцы, 18,8% – британцы, 19,4% – французы и 19,8% – немцы. По семейному положению: 40% состояли в браке, 37,2% – нет. Что касается профес-

сии, около 44% работали на руководящих, профессиональных и смежных должностях со средним годовым доходом около 49 тыс. евро.

Первая переменная, которую мы хотим проанализировать, – это готовность доплачивать. Она была задана шестью пунктами по шкале Лайкерта.

У нас есть четыре независимых переменных: лояльность клиентов, экологический аспект цепочки поставок, социальный аспект цепочки поставок и экономический аспект цепочки поставок. Другие рассматриваемые переменные конструируются с использованием нескольких переменных, нескольких элементов для их создания. Также у нас есть другие переменные, такие как пол, возраст, доход, образование, экологическая осведомленность потребителей, семейное положение и национальность.

Результаты, которые мы получили в первую очередь, – это дисперсионный анализ разницы между средними значениями и значимостью для переменной готовности платить больше. Таким образом, только возраст клиента и экологический аспект показывают значительную разницу в готовности платить больше.

Если различия несущественны, мы, конечно, учли, что самые молодые респонденты показывают самый низкий средний балл, а респонденты с самым высоким уровнем экологической осведомленности имеют наивысшее среднее значение готовности платить. Но даже если они не имеют значения, возраст и уровень экологической осведомленности считаются значимыми, для остальных значимость отсутствует.

Мы считали, что женщины показывают более высокие средние значения готовности платить больше, чем мужчины, но дисперсионный анализ показал, что разница несущественна.

Таким образом, не обнаружено существенных различий в готовности платить больше по годовому доходу, образованию, семейному положению и национальности.

Мы протестировали две модели регрессии, чтобы увидеть, существует ли линейная связь между готовностью платить больше и другими переменными. Первая модель содержит только переменные, относящиеся к устойчивой цепочке

поставок, например ресторана или отеля, а вторая включает также демографические переменные. Первая модель имеет некоторые аспекты лояльности, экологические, социальные и экономические аспекты устойчивости. Вторая модель содержит также другие демографические переменные. Но мы рассмотрели результаты второй модели, чтобы лучше соответствовать данным.

Итак, можно подвести некоторые итоги. Во-первых, экологический аспект и семейное положение не имеют значения. Лояльность и экономический аспект более положительно влияют на готовность платить. Пол также существенно влияет на готовность платить больше, сохраняя неизменными другие переменные. И в этом случае женщины демонстрируют более высокий уровень готовности платить больше по сравнению с мужчинами. Возраст также влияет на готовность платить. В этом случае есть доказательства того, что молодые люди имеют более высокое значение готовности платить по отношению к самым молодым. Доход: люди со средним доходом демонстрируют низкое значение готовности платить больше по сравнению с людьми с малым доходом. Образование: респонденты с самым высоким уровнем образования имеют более низкий уровень готовности платить больше по сравнению с респондентами с более низким уровнем образования.

Во-вторых, экологическая осведомленность потребителей имеет большое значение для их готовности платить больше. У нас есть клиенты со средним и высоким уровнем экологической осведомленности, которые демонстрируют более высокий уровень готовности платить больше, чем клиенты с более низким уровнем. Национальность существенно влияет на готовность платить больше. Немцы на самом деле более склонны платить больше по сравнению с британцами.

Перейдем к анализу. В данном анализе можно увидеть, подтверждают ли результаты наши гипотезы, которые мы обозначили в начале. В частности, не подтвердилась взаимосвязь между экологическим аспектом цепочки поставок и прямая зависимость между социальным аспектом цепочки поставок и готовностью потребителей доплатить.

Подтвердилась только прямая взаимосвязь между экономическим аспектом цепочки поставок и готовностью потребителей платить. Также подтвердилась прямая зависимость между лояльностью потребителей и готовностью платить больше. Подтвердилась и прямая зависимость между женщинами-потребителями и готовностью платить больше. А также подтвердилась обратная зависимость: потребители с более высоким доходом будут готовы платить больше. Подтвердилась обратная зависимость и в том, что более образованные потребители будут готовы платить больше.

Подтвердилась прямая и соответствующая зависимость, связанная с тем, что потребители, заботящиеся об окружающей среде, готовы платить больше. Существует прямая зависимость между национальностью и готовностью платить. Таким образом, готовность платить больше показывает нам значительную взаимосвязь с географическим и культурным происхождением.

И в заключение. Основываясь на данных, собранных с помощью анкет, рассылаемых европейским клиентам в Южной Сардинии, в настоящем исследовании проанализировано, как стратегии обеспечения устойчивых цепочек поставок предприятий в сфере гостиничного хозяйства влияют на восприятие и поведение клиентов. Стратегии обеспечения экономической устойчивости оказывают значительное положительное влияние на готовность платить больше. Этот вывод предполагает, что компании в сфере гостиничного хозяйства должны направлять свои стратегии обеспечения устойчивости, чтобы сосредоточиться на восприятии потребителей и их намерениях платить по более высоким ценам. Социально-демографический и культурный профиль потребителей влияет на их поведенческие намерения.

Спасибо за внимание и за приглашение и возможность представить мою работу.

Даниэла Диас Родригес,
профессор Севильской высшей школы гостиничного бизнеса (Испания)

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА

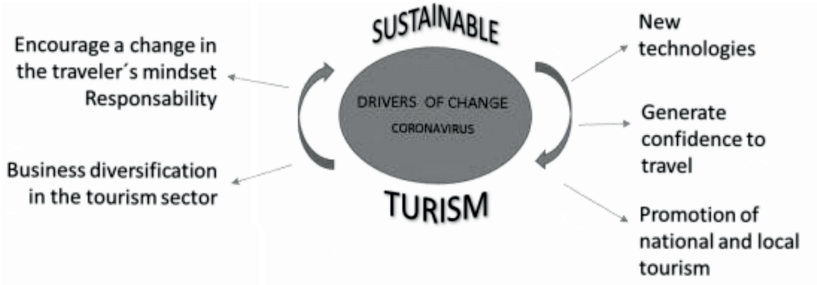
Основная цель нашей Высшей школы гостиничного хозяйства Севильи, обладающей более чем 30-летним опытом работы в этом секторе, состоит в том, чтобы предоставить будущим предпринимателям и руководителям необходимые навыки для адаптации к важной и неизбежно формирующейся диверсификации в профессиональной деятельности, требуемой сферой гостиничного бизнеса и туризма, а также подготовить специалистов в области управления, гастрономии, инноваций и творчества.

Мы поддерживаем соглашения об академическом сотрудничестве с другими международными организациями в Америке, Латинской Америке, Азии и, конечно же, в России, а также проводим важную работу по совершенствованию технологий обучения, устойчивости и исследований в области гастрономии.

Для меня представилась возможность поделиться сегодня нашей точкой зрения на современную ситуацию, которая не имеет прецедентов и затрагивает самые основы этого сектора.

Надеюсь, мое выступление вас заинтересует, и у вас появятся вопросы, которые помогут нам объединить концепции, пожелания, адаптированные к каждой среде, и позволят нам сформировать лучшие предложения для стран, которые мы представляем сегодня.

© Диас Родригес Даниэла, 2021



Encourage a change in the traveler's mindset Responsability	Поощрение изменения мышления путешественника Ответственность
Business diversification in the tourism sector	Диверсификация профессиональной деятельности в сфере туризма
New technologies	Новые технологии
Generate confidence to travel	Создание уверенности в путешествиях
Promotion of national and local tourism	Продвижение национального и местного туризма
Sustainable Turism	Устойчивый туризм
Drivers of Change	Факторы изменений
Coronavirus	Коронавирус

В этой схеме мы хотели выделить особо важные факторы, возникшие в результате постпандемического периода. Период, полный анализа, переосмысления, создания, адаптации, изменений, потерь и перераспределения усилий для создания и достижения новых целей.

Для меня вполне очевидно, что многие из этих мыслей никогда бы не появились на свет, если бы мы не столкнулись лицом к лицу с COVID-19 или любым другим неизбежным вра-

гом, обладающим силой действовать таким быстрым и разрушительным образом.

Мы задаемся следующими вопросами:

- Готовы ли мы принять ситуацию такого уровня?
- Были ли готовы к этому наши компании, персонал, оборудование и техника?
- Была ли наша страна готова к одному из самых тяжелых испытаний за последние годы?
- Подверг ли COVID-19 испытанию нашу способность оперативно предлагать новые решения в туристском секторе?
- Способны ли мы переосмыслить и заново изобрести туристские предложения в ситуации, которая угрожает оставить невообразимое количество людей без рабочих мест и ведет к экономическим потерям в туристском секторе?

Мы отвечаем на многие из этих вопросов в течение последних 18 месяцев, другие все еще находятся в процессе поиска ответов, которые адаптируются к нужным нам изменениям, а на некоторые, возможно, мы получим ответы со временем.

Вот почему наша Школа, являющаяся лидером и движущей силой обучения гостиничному бизнесу и туризму в Испании, анализирует с помощью этой схемы ситуацию после пандемии и возможность укрепления устойчивого туризма. В центре вы найдете концепции или факторы, которые приводят к изменениям. В данном случае мы называем их коронавирусом, но мы могли бы поместить любую другую ситуацию, которая приведет к неизбежным изменениям в наших процедурах, экономике и системах.

Безусловно, коронавирус не только подверг испытанию нашу способность быстрого реагирования, стратегические союзы, систему здравоохранения, правительства и даже самые подробные планы действий в чрезвычайных ситуациях, но и на разных уровнях заставил нас переосмыслить стратегии и действия, предложив новые. В случае туризма это дает нам возможность выявить новые стратегии для формирования преобразованного и надлежащим образом организованного туризма.

По данным ЮНВТО, в 2020 году туристская отрасль понесла убытки в размере более 1,3 трлн евро, что усугубило ужасные последствия потери от 100 до 200 млн рабочих мест

по всему миру. Вот почему сегодня страны борются за восстановление стабильности туризма, но нельзя отказываться от цели устойчивого туризма, который является единственной возможной основой, чтобы оставаться важным источником дохода в будущем.

Мы предлагаем новые решения и технологии, связанные с сектором туризма, где мы можем выделить рост новых возможностей и туристских направлений, которые, помимо устойчивости, позволяют нам способствовать продвижению «домашнего» туризма, сокращая выбросы CO2.

Постпандемический период, без сомнения, подтолкнул нас использовать новые технологии, новые системы регистрации, различные инструменты санитарно-гигиенических процедур и индивидуальную подборку услуг. Но он также позволил нам подстроить наши отпуска, адаптировав их к нашим семьям, как никогда раньше, позволил разработать меры по предотвращению распространения COVID между границами и способствовал открытию туризма в нашем регионе.

С другой стороны, существует поиск того места назначения, которое создает желание путешествовать из-за его положения в пределах или рядом с природой, что эквивалентно свежему и чистому воздуху. Широкие и открытые пространства вселяют в нас чувство безопасности, которое является одним из новых ключевых факторов в поиске туристских направлений.

Крупные города и направления, которые ранее выбирались в первую очередь, должны предлагать туристам свои лучшие системы предотвращения распространения инфекции, а также инновационные стратегии, которые позволят туристам снова выбирать эти направления в качестве приоритетных.

Еще один пункт на нашей схеме говорит об ответственности, возникновении и изменении менталитета нового путешественника после пандемии ипредставляет собой не что иное, как все уроки, которые мы извлекли из этого серьезного препятствия и перенесли в систему организации путешествий наших туристов. Их участие в экосистеме,

которая явно уязвима и в которой каждый из путешественников является неотъемлемой частью, и наше участие в качестве образовательных центров чрезвычайно важны, чтобы пандемии, подобные той, которая определила ход развития мира за последние почти два года, были более контролируемыми в будущем или, возможно, предотвратимы. Следовательно, повышается наша ответственность за социальную среду и нашу экосистему.

Наконец, наша схема иллюстрирует диверсификацию профессиональной деятельности в туристском секторе, которая, очевидно, создает и будет создавать возможности для новых предпринимателей и для достижения новых целей даже в ведущих брендах с самым высоким уровнем позиционирования, предлагающих путешественнику новые возможности для путешествия и отдыха, которые уже выходят далеко за рамки включенного завтрака или двуспальной кровати, но позволяют путешественнику узнавать новые места, которые превращаются в незабываемые впечатления.

Именно так работает наша сфера после пандемии. Концепции, тесно связанные с устойчивостью: повторное использование, переработка, переосмысление, изменение формулировок, чтобы оставаться на рынке.

Мы еще раз благодарим вас за приглашение участвовать в этой конференции.

Теплое приветствие из Севильи – города, выбранного престижным путеводителем Lonely Planet как лучшее туристское направление в 2018 году. Стараниями местных жителей и гостей города мы стремимся снова добиться этого признания.

Большое спасибо!

ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

CULTURAL ECONOMY AND REGIONAL DEVELOPMENT

УДК 008:338.23

Джордж М. Коррес, *доктор, профессор Географического факультета Эгейского университета, gkorres@geo.aegean.gr Греция*

George M. Korres, *Dr., Professor, Department of Geography, University of the Aegean, gkorres@geo.aegean.gr Greece*

Ключевые слова: культура; культурное наследие; устойчивое развитие; региональное развитие туризма.

Keywords: cultural; cultural heritage; sustainable development; tourism local development.

Культурное наследие – один из основных ресурсов, которые в значительной мере обеспечивают процесс социально-экономического развития и регионального развития в частности. Представлен анализ проблемы культурного наследия и регионального развития на примере Греции. Используется смешанный подход, основанный на обзоре литературы и анализе вторичного набора данных. Кроме того, предпринимается попытка проанализировать влияние культурного наследия на развитие туризма, экономический рост, а также на устойчивое развитие.

Cultural heritage is one of the main sources that may contribute significantly to the development process and, furthermore to local development. This article attempts to analyze the issue of cultural heritage and local development, focusing on a case study of Greece. The paper using a 'mixed approach' that based in a literature survey and in an analysis of secondary dataset. Furthermore, the paper also

© Коррес Джордж М., 2021

attempts to analyze the impact of cultural heritage in tourism development, economic growth and also in sustainable development.

Введение

Термин «культура» относится к культуре общества и региона (страны) и имеет множество значений, охватывающих как совокупность материальных ценностей (например, объекты культурного наследия, здания и памятники исторической важности, изобразительное искусство, предметы декора, одежда и т.д.), так и нематериальные ценности и виды деятельности, (например, нравы и обычаи, идеи и ценности, человеческие достижения и т.д.) [10].

В частности, термин «культурное наследие» имеет особое значение и описывает как рукотворное (материальное и нематериальное), так и природное наследие страны. Национальные организации по культурному наследию создаются для оценки деятельности в отношении ценностей, которые оставили после себя прежние поколения. Государственные или частные музеи и культурные организации берут на себя задачу сохранения культурных ценностей, несут значительные расходы по их сохранению и организуют мероприятия для просвещения общественности об их важности.

В этой статье предпринята попытка проанализировать развитие культурного наследия и туризма и сделать вывод об их влиянии на устойчивое развитие.

Культурное наследие и политика культуры

По данным ЮНЕСКО, культурное наследие тесно связано с «креативными индустриями», которые влияют на социально-экономические переменные – ВВП, национальный доход, занятость, качество жизни и т.д. [19]. Защита и сохранение культурного наследия того или иного региона, в свою очередь, влияют на ряд параметров. Это также сектор, который получает наибольшую выгоду, поскольку набор составляющих приводит к улучшению экономического климата и обеспечивает приток средств в целевое направление. Культура –

как древняя, так и современная – обеспечивает туристическую привлекательность региона, и эти две области – культура и туризм – считаются тесно связанными [4].

На Генеральной конференции 1972 года в Париже (решения которой остаются в силе до настоящего времени) практически каждой стране мира было предложено подписать заявление о признании ценности ее природного и культурного наследия, а также обещание долгосрочных мер по обеспечению сохранности памятников ушедших и грядущих цивилизаций [18].

Экономика культуры (или культурная экономика) касается следующих основных вопросов:

- товары и услуги, основная экономическая ценность которых обусловлена их культурной ценностью;
- необходимость экономических мероприятий и инноваций (рынки, производство, предпринимательство);
- потребность в государственном и частном секторах;
- необходимость защиты, развития и передачи всех аспектов культурной жизни: наследия и современности.

Существует огромное количество литературных источников, указывающих на то, что культурная политика и культура также оказывают существенное влияние на экономический и социальный секторы и, более того, на устойчивое развитие. Культурное наследие оказывает непосредственное влияние на экономический рост, качество жизни и социальное развитие, устойчивое развитие.

На рис. 1 показаны основные и смежные области культурной экономики.

Администрирование элементов культуры является частью более обширной системы социально-экономического планирования и в настоящее время содержит элементы хозяйственного управления, которые будут представлены в ходе дальнейшей работы. Администрирование объектов культуры осуществляется в развитых странах за счет выделенных через государственные бюджеты средств, предоставляемых объектам культуры или отдельным лицам для поддержки и оказания помощи в их функционировании, при этом они предоставляют доступ посетителям. Однако в странах, не имеющих финансовых возможностей для сопровождения объектов культу-

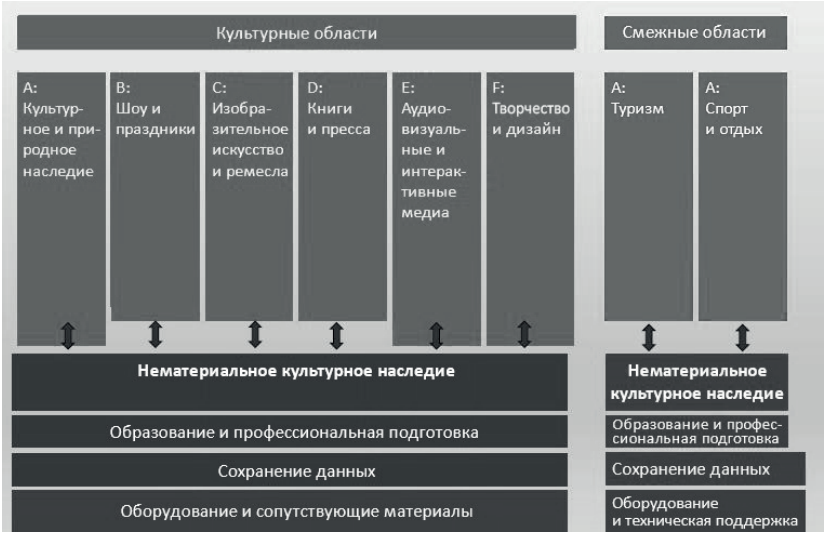


Рис. 1. Культурная экономика ЮНЕСКО

ры, международные организации предоставляют финансирование в рамках различных программ для поддержки и внесения памятников в список Всемирного культурного наследия.

Культурная политика и устойчивое развитие

Термин «устойчивое развитие» – это концепция, которая в последние годы становится все более распространенной в лексиконе ученых и по сути знаменует переход человека к более дружественным методам управления ресурсами [11].

Повестка дня Организации объединенных городов и местных органов власти (UCLG) акцентирует внимание на важности культуры как краеугольного камня устойчивого городского развития [6]. Более того, культурное администрирование не могло бы дать желаемых результатов, если бы противоречило условиям окружающей среды, которые открывают возможности для деятельности, которая не оказывает сильного воздействия на окружающую среду (воздействие деятельности человека), поскольку свидетельствует о заинтересованности местного сообщества в сохранении природных ресурсов [12].

На рис. 2 показаны основные моменты – характеристики культурных отраслей, тогда как на рис. 3 показаны основные направления экономической политики в области культуры. Что касается культурной политики, то основные пункты политических инициатив касаются следующих сфер:

- устойчивая и конкурентоспособная экономика культуры и искусства (нуждается в разработке эффективной политики);
- государственное вмешательство (помогает сформировать структуру, вокруг которой развивается экономика культуры и искусства);
- местная культурная инфраструктура и культурные объекты;
- технологии, Интернет и другие телекоммуникации, качество доступа;
- налоговые режимы;
- политика в области образования от школы до высших учебных заведений;
- участие местных и региональных органов власти;
- полномочия и статус художников;
- финансовая и административная поддержка;
- созидательная и культурная экономика как глобальное и локальное явление.

Культурное наследие, как и окружающая среда, представляет для экономики и общества ценный государственный капитал с мощным потенциалом развития, который необходимо сохранить для использования в будущем.

Капитал – это фактор производства наряду с землей и рабочей силой. В более широком смысле «капитальный актив» – это любой товар, который может быть использован в экономическом процессе, тем самым создавая доход и рабочие места.

Объекты культурного наследия рассматриваются как капитальные активы, поскольку они могут участвовать в производственном процессе, привлекая туристов, стимулируя предпринимательскую деятельность, способствуя брендингу территории, повышая социальное благосостояние за счет получения дохода и занятости на местном, региональном или национальном уровне.

Рис. 2. Сферы культуры

Рис. 3. Различные направления политики в области экономики культуры

• Устойчивое развитие является важным активом для администрирования культуры современных городов или развивающихся туристических районов. Согласно отчету ЮНЕСКО [17; 19], культура может быть либо руководством по внедрению методов устойчивого развития, либо причиной, которая приведет их в действие. Видение, исходя из параметров, сформулированных в настоящее время [19]:

• создание условий для положительного воздействия на имеющиеся ресурсы и сокращения социального неравенства;

• признание того факта, что развитие территории (в контексте управления культурой) предполагает уважение прав человека и основных свобод, социальное развитие и существование демократических систем управления;

• должное внимание к особенностям культурных элементов и местной культуры.

Культурное наследие в ЕС как инструмент и двигатель роста

В Европейских сообществах (1957) и на институциональном уровне ЕС не существовало четких директив-ссылок и/или законодательства для защиты и продвижения культурного наследия на национальном уровне или уровне ЕС. В 2007 году Европейская повестка дня в области культуры, или так называемая «Зеленая библия», обратила особое внимание на кадровые ресурсы культурного и творческого секторов и стала основой социально-экономического роста и устойчивого развития.

В настоящее время в ЕС существует культурная институциональная основа для защиты и продвижения культурного наследия и культурных традиций. Существует обширная финансовая программа поддержки культурного наследия ЕС. На рис. 4 показаны основные направления европейской политики в области культуры.

Европейская культурная политика включает в себя следующие направления:

• пропаганда культурного наследия как ключевого компонента культурного разнообразия и межкультурного диалога;

• освещение оптимальных средств обеспечения сохранности, защиты культурного наследия и его использования более широкой и разнообразной аудиторией;

• содействие вкладу культурного наследия в экономику;

• продвижение культурного наследия как важного элемента отношений между ЕС и третьими странами.

Рис. 4. Европейская политика в области культуры

Кроме того, целью на национальном уровне является руководство городами-членами от лица национальных координаторов. Участники: представительства бюро «Креативная Европа», представительства Комиссии и Европейского Парламента, заинтересованные стороны в области культурного наследия, представители культурного сектора и т.д.

Культурное наследие и развитие: тематическое исследование Греции

Политическая демократическая система, жеребьевка на государственные должности, которая ведет к свободе и равенству, свободе выражения мнений, сегодня кажутся утопией.

Наследие Древней Греции и греческая культура, объединившиеся в эллинизм, установили некоторые основополагающие принципы:

- греческий язык;
- греческое искусство и наука;
- экономика, медицина и политология;
- театр, литература, искусство, образование, философия, наука, спорт, судебная власть;
- способ мышления, дебатов/диалога в поиске знаний.

По всей стране насчитываются сотни музеев и археологических памятников, которые подробно рассказывают о развитии искусства, архитектуры, ремесел, идей и мышления. На рис. 5 представлены основные памятники Всемирного наследия ЮНЕСКО, в то время как в Греции насчитывается 18 памятников культуры, включенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

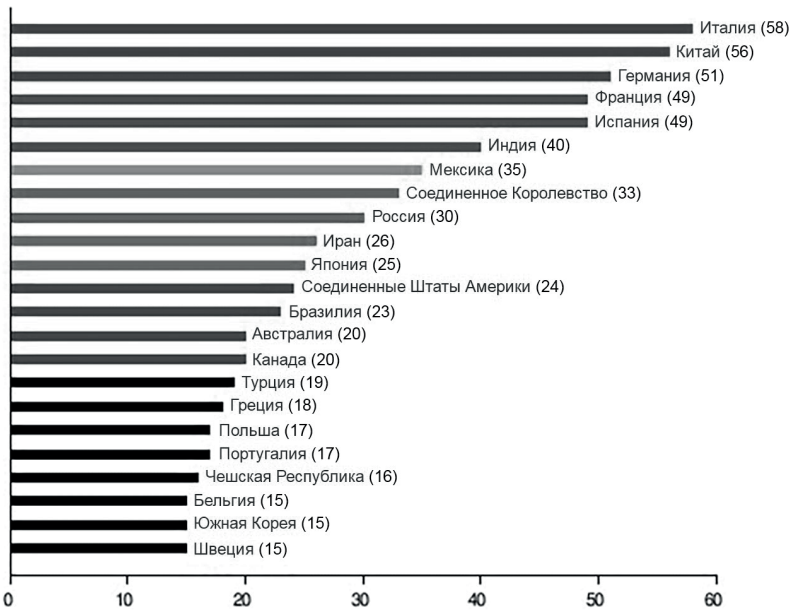


Рис. 5. Памятники Всемирного наследия ЮНЕСКО

Греция, главным образом, заинтересована следующими вопросами:

• Что значит «культурное наследие» для местных жителей?

• Как люди воспринимают ту роль, которую объекты культурного наследия могут сыграть в обеспечении устойчивого развития на местном уровне?

• Оправдываются ли ожидания сообщества относительно роли объектов культурного наследия в местном развитии?

• Каков вклад объектов культурного наследия в формирование самобытности места?

• Каким образом лица, принимающие решения, должны выбирать между альтернативными инвестициями при наличии бюджетных ограничений?

На рис. 6 приведен SWOT-анализ культуры и экономического роста в Греции.

Политическая ориентация в Греции имеет следующие цели:

• Сохранение баланса с допустимой степенью изменений. Заинтересованные стороны должны оценить различные достоинства и компромиссы между сохранением и развитием, определяя приемлемый уровень изменений и степень адаптивного многократного использования.

• Содействие совмещению контроля и стимулов. Меры по сохранению исторических центров города и объектов культурного наследия не ограничиваются правилами и положениями, которые ограничивают деятельность. Стимулы также необходимы для достижения “комплексной сохранности”.

• Обеспечение диалога между государственным и частным секторами. Наследие является общественным благом, и экономическое обоснование инвестиций в государственный сектор является достаточным. Однако нецелесообразно ожидать, что государственный сектор будет единственным инвестором, и решение состоит в том, чтобы сочетать государственные и частные инвестиции, обеспечивая баланс между ними в зависимости от схемы проекта и контекста.

Сильные стороны
• Уникальное и аутентичное культурное наследие (древнее, римское, византийское, современное). • Средиземноморский климат, который позволяет гостям приезжать более чем на восемь месяцев в году. • Большое количество культурных мероприятий, которые проходят по всей Греции, дает посетителям возможность познакомиться с ней поближе. • Улучшение инфраструктуры в последние десятилетия. • Большое количество охраняемых территорий и объектов культурного наследия способствует созданию условий для устойчивого развития
Слабые стороны
• Негативный экономический фон, вызванный экономическим кризисом, который подразумевает сокращение средств, выделяемых на сектор культуры. • Десятки неиспользуемых или умеренно сохранившихся памятников. • Бюрократия. • Отсутствие организованного плана по расширению и продвижению более устойчивых методов развития
Возможности
• Привлечение в страну крупного бизнеса, инвестиционно заинтересованного в туристическом секторе, и строительство крупных и хорошо организованных объектов размещения. • Финансовый кризис, который, однако, также создал возможности, поскольку несколько компаний нашли подходящую почву для роста или обосновались в Греции (увеличение рабочих мест). • Растущая тенденция к культурному туризму и экологии – привлекает туристов к альтернативным и, следовательно, более экологически чистым способам отдыха
Угрозы
• Неумелое управление. • Высокие налоги и бюрократия – ключевые препятствия на пути развития культурной деятельности. • Финансовый кризис

Рис. 6. SWOT-анализ

Заключение

Культурное наследие имеет большое значение для устойчивого развития и благополучия людей как нынешнего, так и будущих поколений на национальном, региональном и местном уровнях.

Культурное наследие, как и окружающая среда, складывается из государственных капитальных активов, которые выполняют определенные функции в обществе, не реализуются на рынке, но при этом могут быть количественно оценены. Для выбора проектов, связанных с объектами культурного наследия, и формирования мер государственной политики нам необходимо понять механизм определения и использования концепций и методов оценки товаров и услуг культурного наследия. Необходимо понимать экономические характеристики товаров и услуг, предоставляемых объектами культурного наследия, и, таким образом, определять, как оценивать выгоды и затраты от проектов в секторе культурного наследия. Культурное наследие предоставляет обществу товары и услуги, которые не реализуются на рынке, следовательно, они не имеют цены, но имеют ценность.

Комбинация управления культурой в регионе и применения методов устойчивого развития означает выгоду для местного сообщества и предпринимательства от продвижения культурных ценностей, но без ущерба для самих себя или окружающей среды. Культурная политика ЕС направлена на:

- поощрение распространения и признания культурного наследия Европы в качестве общего ресурса;
- повышение осведомленности об общей истории и ценностях;
- укрепление чувства причастности к общему европейскому пространству.

Литература

1. Alliso M., Kaye J. Strategic Planning for non-profit organizations (2nd edn.). New York: John Wiley & Sons, 2005.

2. Campbell J., Viceira, L.M. Strategic asset allocation: Portfolio choice for long-term investors. Oxford: University Press, 2002.

3. Corsane G. Issues in heritage, museums and galleries: A brief introduction // Heritage, museums and galleries: An introductory reader. London: Routledge, 2005. P. 1–13.

4. Demangeot C., Broderick A.J., Craig C.S. Multicultural marketplaces // International Marketing Review. 2015. Vol. 32. No 2. P. 118.

5. Dijkers M. Introducing GRADE: A systematic approach to rating evidence in systematic reviews and to guideline development. KT Update. 2013. Vol. 1. No 5. P. 1–3.

6. Duxbury N., Hosagrahar J., Pascual J. Why must culture be at the heart of sustainable urban development? Buenos Aires: UCLG Publishing, 2016.

7. European Agenda for Culture. The role of Public Arts & Cultural Institutions in the promotion of cultural diversity and intercultural dialogue (Work Plan for Culture 2011–2014). Brussels: EU Publishing, 2014.

8. Hesmondhalgh D., Pratt, A.C. Cultural Industries & Cultural Policy. International Journal of Cultural Policy. 2005. Vol. 11. No 1. P. 1–13.

9. Keitumetse S.O. Cultural resources as sustainability enablers: Towards a Community-Based Cultural Heritage Resources Management (COBACHREM) Model // Sustainability. 2014. Vol. 6. P. 70–85.

10. Lowenthal D. The past is a Foreign Country. New York: Cambridge University Press, 1985.

11. Robinson M., Picard, D. Tourism, Culture & Sustainable Development. Paris: UNESCO Publishing, 2006.

12. Sengupta R. Ecology & Economics: An approach to sustainable development. Oxford: Oxford University Press, 2001.

13. Swarbrooke, J. Sustainable tourism management. London: CAB International Publishing, 1999.

14. Throsby D. Culture in sustainable development: Insights for the future implementation of (Art. 13 CE/08/Throsby/Art.13). Paris: UNESCO, 2008.

15. UNESCO. Mexico City Declaration on Cultural Policies (World Conference on Cultural Policies). Mexico City: United Nations Publishing, 1982.

16. UNESCO. Basic Texts of the 1972 World Heritage Convention (2005 edn.). Paris: United Nations Publishing, 2005.

17. UNESCO. Culture: A driver and an enabler of sustainable development. Paris: United Nations Publishing, 2012.

18. UNESCO. Medium-Term Strategy for 2014–2021 (37 C/4) (General Conference). Paris: United Nations Publishing, 2014.

19. UNESCO. UNESCO's work on culture and sustainable development evaluation of a policy theme. Paris: United Nations Publishing, 2015.

20. UNESCO. International Funds Supporting Culture. Paris: United Nations Publishing, 2017.

21. Van der Borg J., Russo, A.P. The impacts of culture on the economic development of cities. Rotterdam: European Institute for Comparative Urban Research, 2005.

ДОКЛАДЫ
НА НАУЧНЫХ СЕКЦИЯХ

СЕКЦИЯ 1

Теория, методология и практика рекреации туризма

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В КАТОН-КАРАГАЙСКОМ РАЙОНЕ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE KATON-KARAGAI DISTRICT OF THE EAST-KAZAKHSTAN REGION

УДК 338.48:314.727

А.М. Артемьев, *доцент кафедры, канд. техн. наук,*
alexandr.artemyev@kaznu.kz
Ш.Т. Абдреева, *доцент кафедры, канд. геогр. наук,*
sholpan.abdreeva@kaznu.kz
Р.М. Байбуриев, *старший преподаватель кафедры,*
skaut2ever@gmail.com
А.Р. Жумадилов, *старший преподаватель кафедры,*
grandchef56@yandex.kz
Кафедра рекреационной географии и туризма
Казахского национального университета им. Аль-Фараби,
г. Алматы, Казахстан

A.M. Artemyev, *Associate Professor, Candidate of Technical Sciences,*
alexandr.artemyev@kaznu.kz
Sh.T. Abdreeva, *Associate Professor, PhD in Geography,*
sholpan.abdreeva@kaznu.kz

© Артемьев А.М., Абдреева Ш.Т., Байбуриев Р.М., Жумадилов А.Р., 2021

R.M. Bayburiev, *Senior Lecturer, skaut2ever@gmail.com*
A.R. Zhumadilov, *Senior Lecturer, grandchef56@yandex.kz*
Department of Recreational Geography and Tourism,
Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Ключевые слова: сельский туризм; рекреация; экотуризм; туризм на особо охраняемых природных территориях; туризм, основанный на местных сообществах; миграция сельского населения.

Keywords: rural tourism; recreation; ecotourism; tourism in specially protected natural areas; community-based tourism; rural migration.

Рассматриваются экологический туризм и туризм на сельских территориях, интегрированных с крупнейшим национальным природным парком Казахстана – Катон-Карагайским, как инструмент сокращения оттока сельского населения, стимулирования альтернативных видов деятельности, ориентированных на предоставление туристских услуг. Обосновывается достаточность ресурсного потенциала и инициатив местных сообществ для решения этой задачи.

The authors consider ecological tourism and tourism in rural areas integrated with the largest national natural park of Kazakhstan – Katon-Karagai, as a tool to reduce the outflow of the rural population of the region, stimulate alternative activities focused on the provision of tourist services. The sufficiency of the resource potential and initiatives of local communities for solving this problem is substantiated.

Казахстанский Алтай в последние годы пользуется особой популярностью как у отечественных, так и у зарубежных туристов. Сохранившиеся заповедные уголки дикой природы в «краю Шамбалы», самобытная местная культура, культовые объекты, особая аура этих мест создают предпосылки для развития всех видов природно ориентированного туризма. Однако отдаленность от центров цивилизации, отсутствие развитой инфраструктуры, неустроенность быта привели к тому, что многие местные жители вынуждены были уехать

в поисках лучшей жизни. В результате сложилась критическая ситуация, когда этот благодатный край столкнулся с проблемой нехватки рабочих рук для поддержания экономики района. Вопрос прекращения отрицательной миграции населения требует комплексных мер, одной из которых, на наш взгляд, может стать развитие сельского туризма с вовлечением в процесс туристского обслуживания местного населения. Причем в данном случае существенно расширяются возрастные рамки для участников процесса: этим могут заниматься и школьники, и люди пенсионного возраста.

Данная проблема изучалась авторами как сопутствующая в 2007–2009 годах, а также в 2019 году в рамках проекта ПРООН по сохранению биоразнообразия Алтай-Саянского экорегиона [1], что позволило оценить ситуацию в динамике и предложить возможное решение вопроса.

Алтай – колыбель тюркской цивилизации. Именно здесь пролегала знаменитая Северная ветвь Великого шелкового пути, по праву названная Золотой ветвью, по которой шли караваны с золотом и бронзой Алтая, золотом скифов и аримаспов на Запад.

Рудный Алтай издавна считается местом с особой энергетикой. Это «место силы», находящееся на пересечении религий и верований: ислама, буддизма, православия, «старой веры», шаманства и др. При этом край сохранил уникальный природный и исторический потенциал.

История заселения Южного Алтая, на территории которого расположен Катон-Карагайский район, насчитывает не одно столетие. Активное заселение края началось в XVII веке, когда здесь нашли убежище бежавшие с царской военной службы солдаты, старообрядцы, не покорившиеся новой религии, беглые крепостные, переселенцы, ищущие лучшей доли на окраинах империи. И сегодня здесь можно почувствовать особые традиции, которые сложились в то время.

Долина реки Бухтармы считалась в старину местом малодоступным, а следовательно, «уютным для укрывательства» и относительно безопасным, с достаточными природными ресурсами для выживания. О вольной жизни в сказочном Беловодье ходили легенды. Реальным прототипом Беловодья была независимая община беглых крестьян, раскольников, завод-

ских мастеровых, солдат, поселившихся в XVII веке в Алтайских горах в долине реки Бухтармы – так называемом Камне.

К концу XVII века бухтарминские земли превратились в настоящую вольную республику, постоянно пополняющуюся беглыми староверами и другими переселенцами, не желающими подчиняться царскому правительству и «новой вере».

Принятие русского подданства казахским населением и открытие Зыряновского рудника сделали невозможным их дальнейшее вольное существование и вынудили обратиться к царице Екатерине II с просьбой о подданстве. Как и другим иноверческим народам, каменщикам вместо денежных податей и оброка предписывалось платить казне только ясак – подать звериными шкурами. Потому этот старообрядческий край до сих пор продолжают называть еще и ясачным [2].

В 1792 году в Бухтарминской долине образовалось девять деревень: Язовая, Фыкалка, Коробиха, Верх-Бухтарминская (Печи), Белая, Мало-Нарымская, Осачиха, Быково, Сенная. Впоследствии все эти поселения вошли в состав Катон-Карагайского района.

Основы современного сельского хозяйства сформировались здесь еще в XVIII веке. Его особенностью стало одомашнивание диких оленей и создание оленеводческих хозяйств. Наряду с мараловодством развивалось и пчеловодство.

Южный Алтай, а точнее бассейн верхнего и среднего течения р. Буктырма (Бухтарма), территориально располагающийся ныне в Катон-Карагайском районе Восточно-Казахстанской области, можно назвать колыбелью казахстанского мараловодства – специфической отрасли животноводства, которая в других областях республики практически не встречается. Первый маральник был организован в 1835 году братьями Шарыповыми из села Фыкалка, организовавшими ловлю диких маралов, их одомашнивание и разведение. Затем этим видом животноводства стали заниматься в Язовом, Сенном, Печах, Белом.

Сегодня на базе ряда хозяйств открыты лечебно-оздоровительные учреждения, использующие пантовые ванны и различные препараты из рогов в лечебных целях. Оздоровительные процедуры пантолечебниц пользуются устойчивым спросом у туристов, благотворно воздействуя на укрепление

организма, иммунитет, восстановление сил. Действенность и уникальность препаратов из пантов доказана многовековым опытом восточноазиатских стран. Маральники строились в верховьях реки Куршим (Курчум) и в границах нынешнего Зыряновского района. Но в основном мараловодство было сосредоточено в Катон-Карагайской волости, где содержалось почти три четверти поголовья маралов всей тогда еще Семипалатинской губернии. Удельный вес этой отрасли был весьма высок: существовали целые деревни, где мараловодство являлось одним из главных занятий местных жителей. В настоящее время ежегодно производится 12,5–13,8 т сырых пантов и 4,7–5,2 т консервированных.

Несмотря на общий спад производства в мараловодстве, продолжается работа по производству пантов марала для изготовления медицинских препаратов. Совместно с южнокорейской фирмой «Дзэн» в 1996 году здесь организовано совместное предприятие ТОО СП «Аксу-Дзен» по производству пантосодержащих лекарственных средств [3].

Готовые лекарственные препараты, кроме Казахстана, поставляются в Южную Корею, Россию, Киргизию, Узбекистан. Активное развитие туризма значительно расширит внутренний рынок сбыта пантовой продукции, реализуя задачу глубокого использования в экологическом туризме лечебно-оздоровительных технологий и местных ресурсов.

Развитие мараловодства, помимо туризма, стимулирует и развитие санаторно-курортного направления, которое сегодня развивается достаточно динамично.

Археологи, изучая исторические памятники на территории нынешнего Алтая и Сибири, встречали рисунки, изображавшие пчел. Эти и другие факты дали основание полагать, что на территории нынешнего Казахстанского Алтая пчелы обитали с глубокой древности. Однако, допуская возможность существования аборигенных пчел на Алтае, зарождение и развитие здесь пчеловодства как отрасли хозяйства считают с того времени, когда пчел привезли из других мест. О пчеловодстве упоминается в отчете Алтайской волости за 1800 год.

Вскоре о меде из Усть-Каменогорска заговорили повсеместно. Занятие пчеловодством быстро обретало своих поклонников сначала среди жителей Юго-Западного Алтая,

ныне Восточного Казахстана, а затем Сибири, Семиречья и Средней Азии. Уже в 1800 году в одном из отчетов управителя по ряду волостей Алтайского горнозаводского округа не без эмоций сказано, что в «волостях Усть-Каменогорской и Крутоберезовской распространилось довольно знатное пчеловодство». Слава же алтайских пасек росла так молниеносно, что от пчеловодов потребовались определенные усилия, чтобы тысячи пудов меда и сотни пудов воска сплавлять на плотах по рекам Бухтарме, Ульбе, Убе, затем по Иртышу до сибирских городов, а оттуда на запад – в Россию и даже за границу, Достаточно сказать, что только в 1834 году с пасек, расположенных в Бухтарминской долине, на Ирбитскую ярмарку было вывезено 12 тысяч пудов первоклассного меда.

В настоящее время это весьма доходная отрасль. Считается, что алтайский мед уникален с точки зрения вкуса и пищевой ценности. На Восточный Казахстан приходится около 80% всех пчелосемей республики, по сбору меда область занимает первое место в стране [4].

Рубленные из дерева дома – традиционное жилище алтайских жителей, связанное с культурой местного населеия. Отдаленность от больших городов и труднодоступность местности предопределили использование дерева в качестве основного стройматериала. В Казахстанском Алтае дома, как правило, строили из кедра (сосны сибирской) и лиственницы. Последняя отличается прочностью и влагостойкостью. Нередко для различных элементов конструкции выбирали разные породы дерева: нижний и верхний ярус – из лиственницы, стены и пристройки – из более мягких сосны или пихты. Деревянные дома-срубы и сейчас остаются предметом туристского интереса – одним из брендов Рудного Алтая.

Еще одна особенность территории, привлекающая туристов – алтайское разнотравье. Оно формирует неповторимость горного пейзажа, причем палитра красок постоянно меняется, что делает эстетическое восприятие одного и того же туристского объекта неповторимым даже в течение одного сезона. При этом большинство растений обладает лечебными и оздоровительными свойствами. В последние годы здесь развивается фармацевтическое производство на основе местного сырья. Туристы же с удовольствием используют возможности

местных лечебниц и приобретают лекарственную фитопродукцию в качестве сувениров.

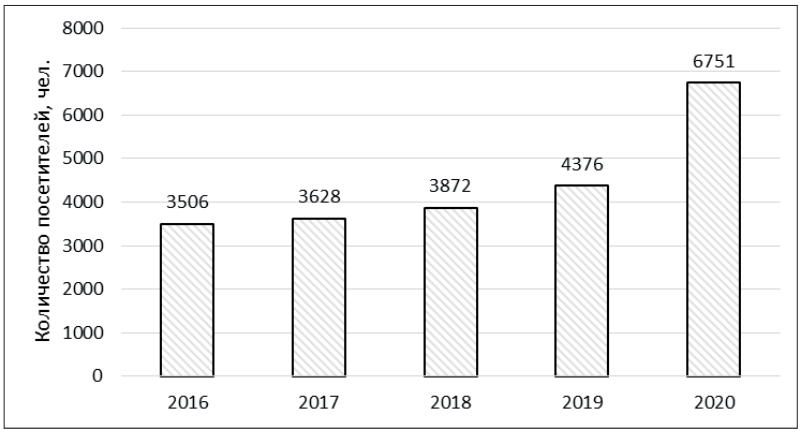
Все эти особенности, уникальные для Казахстана, являются ключевыми ценностями для развития туризма в регионе.

Основные аттракции экологического туризма сосредоточены в Катон-Карагайском государственном национальном природном парке. Здесь действуют десять утвержденных туристских маршрутов и четыре экскурсионные научно-познавательные тропы общей протяженностью 673 км (в том числе конных – 333 км, пеших – 240 км, автомобильных – 100 км) [5]. Несмотря на достаточно короткий сезон (с июня по сентябрь), посещаемость парка растет, причем особенно заметный прирост наблюдается в период пандемии (см. рис.). Конечно, для самого крупного по охвату территории парка страны количество посетителей не столь велико (6751 человек в 2020 году), но с точки зрения охраны природы и сохранения биоразнообразия именно этот факт в совокупности симеющимся природным потенциалом создает предпосылки для формирования качественного экотуристского продукта.

В 2014 году Катон-Карагайский ГНПП получил статус биосферного резервата ЮНЕСКО. Поскольку одной из приоритетных задач биосферных резерватов наряду с сохранением биоразнообразия является содействие устойчивому развитию местных сообществ, администрацией парка были выявлены и поддержаны наиболее инициативные жители, народные умельцы, предприниматели, главы крестьянских хозяйств, изъявившие желание оказывать услуги посетителям национального парка. В настоящее время с парком сотрудничают десять гостевых домов, 12 пантолечебниц, три гостиницы, один санаторий.

Инфраструктура действующих маршрутов и троп требует обновления, хотя на наиболее востребованных из них, таких как Рахмановские ключи, Белая Берель, Ирек, на которые приходится примерно 85% туристского потока, завершена большая часть инфраструктурного обустройства, что с удовлетворением отмечается посетителями. Остальные маршруты и тропы являются чисто экологическими и требуют обустройства с последующим их продвижением в качестве экотурист-

ских маршрутов для малых целевых групп с целью созерцания и исследования природы.



Динамика роста количества посетителей ГНПП «Катон-Карагай» за 2016–2020 годы

В 2018–2019 годах при содействии ПРООН в Казахстане были проведены работы по определению допустимой туристско-рекреационной нагрузки на маршруты и экологические тропы национального парка. Позже результаты были использованы при подготовке Плана управления РГУ «Катон-Карагайский ГНПП» на 2023–2027 годы. При этом предусмотрен мониторинг текущей антропогенной нагрузки с возможностью внесения корректировки в базовые расчетные показатели [6].

Следует отметить, что до настоящего времени не зарегистрировано превышение расчетных норм посетителей, что объясняется географическими особенностями и специфическими условиями территории: удаленностью от крупных населенных пунктов, транспортной доступностью, рассредоточенностью объектов туристского интереса и маршрутов и т.д. Из факторов, снижающих туристскую привлекательность региона, можно отметить ограниченное количество мест размещения, неразвитую систему общественного питания, отсутствие регионального туристского продукта, разобщенность поставщиков отдельных видов услуг, короткий летний сезон.

В программе кластерного развития казахстанского туризма в качестве основных перспективных направлений туристского освоения территории обозначены сельский, экологический и этнографический виды туризма. Развитие сельского туризма невозможно без опоры на местные сообщества. Прежде всего, это организация гостевых домов. С ростом внутреннего туризма под влиянием пандемии вырос спрос и на недорогие, доступные средства размещения.

Привлекательные для туристов ландшафты, большое количество рек и озер с рыбалкой, возможность лицензионной охоты на зверя и дичь позволяют фирмам организовывать сплавы, рыболовные, охотничьи и научные туры, пантолечение и санаторно-курортный отдых. Туристскими фирмами разработаны приключенческие туры «К подножию Белухи», «Алтайскими тропами», «Кочевник», «Изумрудное кольцо», «Каменная сказка» и др. Культурно-познавательные туры предназначены для любителей старины, истории, культуры народа. Предлагается посещение гостевых домов в Катон-Карагайском районе, где можно познакомиться с бытом и традициями населения, национальной кухней, посетить пасеки и мараловодческие фермы.

Вместе с тем уровень развития туризма в районе большей частью не соответствует требованиям времени и не обеспечивает стабильное развитие туристской отрасли и индустрии гостеприимства. Слабо развита инфраструктура туризма, низок уровень сервиса, не хватает квалифицированных туристских кадров, особенно гидов, инструкторов туризма, экскурсоводов. Неудовлетворительно техническое состояние автомобильных дорог, многих памятников культуры и истории. Недостаточна осведомленность как зарубежных, так и отечественных туристов о крае.

По оценкам экспертов, основными целевыми группами туристов в районе являются граждане Казахстана (60%), России (30%) и дальнего зарубежья (10%).

Как отмечается региональным проектом развития сельского туризма, развитие туризма на территории Катон-Карагайского района даст возможность приостановить сокращение численности населения. За последние 20 лет население сократилось более чем на 50%.

Из-за оттока населения населенные пункты, основанные в XVIII веке без определенной планировочной структуры, не только теряют свою самобытность, но и исчезают с карты района. К примеру, если в 2007 году в селе Верх-Катунь проживало 172 человека, то в 2020 году здесь осталось всего девять жителей. В селе Фыкалка – семь человек из 136. Ежегодно район покидают около 1200 человек. Это мы можем проследить по данным статистики за разные годы (см. табл.).

Динамика численности населения Катон-Карагайского района, тыс. чел. [7]

1989 г.	2004 г.	2007 г.	2010 г.	2016 г.	2019 г.	На 01.03.2021
49,2	41,1	39,5	37,57	28,09	23,14	21,58

При этом популярность района как туристской дестинации возрастает. Устойчивая положительная динамика посещений наблюдается в последние несколько лет (если в 2015 году было зарегистрировано 3415 туристов, то в минувшем 2020 году – 6751). Специалисты прогнозируют дальнейший рост потоков. Этому способствует и завершение строительства автодороги, связывающей район с областным центром – Усть-Каменогорском, и общий рост интереса к внутреннему туризму, и, конечно же, улучшение инфраструктурной составляющей, предусмотренное региональным планом развития сельского туризма. В 2021 году подготовлен проект поддержки сельского туризма, предусматривающий выделение на открытие и развитие гостевых домов до 45 млн тенге.

Согласно плану, уже в 2021 году будет открыто 20 новых гостевых домов. Предусмотрено их грантовое финансирование через частные фонды и программу занятости. Кроме того, для организации досуга отдыхающих заинтересованными туристскими компаниями предложено 15 новых маршрутов с посещением Катон-Карагайского национального парка, конными прогулками, походами к подножию Белухи и пантолечением.

Лечебно-оздоровительное направление, перспективы которого связывают прежде всего с развитием сети пантолечеб-

ниц и фитотерапией, дополнилось бальнеологией. Санаторно-курортное лечение на базе местных минеральных источников предлагает санаторий «Рахмановские ключи». При этом отдыхающие активно используют туристские маршруты и тропы вблизи санатория, расположенного в уникальном природном оазисе, недалеко от ключевого объекта района – горы Белухи. Неподалеку, в селе Урыль, открыт завод по производству минеральной воды «Рахмановские ключи». Изученная вода относится к бальнеологической группе азотных щелочных слабоминерализованных кремнистых очень слабо радоновых терм сульфатно-кальциево-натриевого состава и показана для профилактики и лечения заболеваний органов пищеварения, болезней мочеполовой системы, заболеваний эндокринной системы, сердечно-сосудистых заболеваний, а также нормализации обмена веществ.

При этом развитие туризма не является самоцелью. Скорее, это один из инструментов, позволяющих сдержать отток населения в приграничном регионе. В этом заинтересованы и местные жители. Так, Фонд устойчивого развития Катон-Карагайского района одну из основных задач своей деятельности видит в развитии туризма, основанного на сообществах [8]. Предполагается обучение местного населения альтернативным видам деятельности, позволяющим, с одной стороны, снизить нагрузку на экосистему путем гармонизации взаимовлияния человека и природы, снижения угроз антропогенного воздействия, с другой – приобщить население к сфере туристских услуг, дать возможность достойного заработка и улучшения условий жизни в местах компактного проживания. Особые перспективы связывают с организацией гостевых домов, туристских услуг, предусматривающих знакомство посетителей с традиционной культурой, обычаями, местным укладом жизни. Если удастся обеспечить стабильный рост туристского потока, то и отток населения прекратится. А в перспективе, учитывая уникальный природный потенциал и формирующуюся туристскую инфраструктуру, возможны восстановление и обратная миграция населения.

Литература и источники

1. Артемьев А.М., Абдреева Ш.Т., Жумадилов А.Р. Оценка потенциала местного населения и других заинтересованных сторон для разработки и реализации пилотных моделей устойчивого взаимодействия ООПТ и местного населения на территории проекта: отчет по Проекту ГЭФ/ ПРООН KAZ/03 /G32 (00052843) «Сохранение и устойчивое использование биоразнообразия Алтай-Саянского экорегиона». Усть-Каменогорск, 2007. 120 с.

2. Бломквист Е.Э., Гринкова Н.П. Бухтарминские старообрядцы: материалы комиссии экспедиционных исследований. Серия «Казахстанская». Вып. 17. Л., 1930. 466 с.

3. Крылова В.С., Абдреева Ш.Т., Булатова Н. Перспективы развития нетрадиционных видов лечебно-оздоровительного туризма в Казахстане (на примере пантолечения) // Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции: сб. ст. по материалам междунар. научно-практ. конф. (Белгород, 23 ноября 2017 года). Белгород: БелГУ, 2017. С. 142–146.

4. Агротуризм: кол. моногр. / ред. С.Р. Ердавлетов. Алматы: Казак университеті, 2017. 161 с.

5. РГУ «Катон-Карагайский государственный национальный природный парк». URL: http://www.br.katonkaragai.kz/ru/ (дата обращения: 28.08.2021).

6. Методические рекомендации по определению норм рекреационных нагрузок на туристские маршруты и экологические тропы особо охраняемых природных территорий / сост. А.М. Артемьев, Ш.Т. Абдреева, А.С. Актымбаева и др. Нур-Султан: ПРООН в Казахстане, 2020. 76 с.

7. Информационно-аналитическая система «Талдау». URL: https://taldau.stat.gov.kz/ru/Region/GetRegionById/267072 (дата обращения: 28.08.2021).

8. Гостевые дома открывают в селах Катон-Карагайского района. URL: https://24.kz/ru/news/social/item/488768 (дата обращения: 31.08.2021).

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

SOCIOCULTURAL DEVELOPMENT FACTORS ECOLOGICAL TOURISM

УДК 711.1

Д.М. Астанин, *доцент кафедры архитектуры и градостроительства Вологодского государственного университета, старший преподаватель кафедры сельскохозяйственного строительства и экспертизы объектов недвижимости Российского государственного аграрного университета МСХА им. К.А. Тимирязева, генеральный директор ООО «Рустал. Северо-Запад», ООО «Рустал. Восточная Сибирь», montenegro.astanin@mail.ru г. Москва, Россия*

D.M. Astanin, *Associate Professor of the Department of Architecture and Urban Planning of Vologda State University, Senior Lecturer of the Department of Agricultural Construction and Examination of Real Estate Objects of the Russian State Agrarian University of the Ministry of Agriculture named after K.A. Timiryazev, General Director of LLC "Rustal. North-West", LLC "Rustal. Eastern Siberia", montenegro.astanin@mail.ru Moscow, Russia*

Ключевые слова: мотивация; личностно-мотивационный фактор; инициирующий фактор; социокультурный фактор; психоцентрик; аллоцентрик; экономический императив, экологический императив.

Keywords: motivation; personal motivational factor; initiating factor; sociocultural factor; psychocentric; allocentric; economic imperative; environmental imperative.

В современном мире туризм постепенно трансформируется в социальный феномен глобального уровня. Целостное представление о развитии экотуристического про-

© Астанин Д.М., 2021

странства невозможно без учета его социокультурной сущности. Группа мотивационных факторов фактически формирует поведение потребителей. К мотивационным факторам относятся тип личности, ее потребности, ментальность, ценностные ориентиры. Движущей силой бурного развития экологического туризма является быстрорастущий спрос на рекреацию, который определяется несоответствием среды обитания современного человека (загрязнение воздуха и воды, шум, социальные конфликты) его физиологическим и психологическим потребностям. Возросшая динамика социальных изменений привела к смене ценностных ориентиров общества. На смену потребительскому образу жизни приходит образ жизни, где человек все больше ориентируется на самовыражение, самосовершенствование, познание, получение новых впечатлений.

In the modern world, tourism is gradually transforming into a global social phenomenon. A holistic view of the development of eco-tourism space is impossible without taking into account its socio-cultural essence. The development of ecotourism is due to the strong motivation of tourists. The group of motivational factors actually shaping the behavior of consumers. Motivational factors include the type of personality, its needs, mentality, and value orientations. The driving force behind the rapid development of eco-tourism is the rapidly growing demand for recreation in nature, which is determined by the discrepancy between the environment of modern man (air pollution, water, noise, social conflicts) and his physiological and psychological needs. The increased dynamics of social changes led to a change in the value orientations of society. The consumer lifestyle is being replaced by a lifestyle where people are increasingly focused on self-expression, self-improvement, learning, and getting new impressions.

Туризм оказывает воздействие на все ключевые секторы современного государства. Туризм является одним из эффективных средств смены приоритетов общественного развития [1; 2].

Традиционно выделяются следующие типы региональной культуры территории: видимый – историко-культурное достояние этносов, выражающееся во взаимопроникновении ценностей различных этнических групп, проживающих на данной территории; невидимый – очаговость развития культуры, проявляющаяся в традиционализме мышления, устойчивости стереотипов национального поведения.

Процессы, происходящие при развитии туризма, в значительной мере многоплановы и динамичны и требуют новых подходов к осмыслению. На передний план выходит необходимость перехода к более целостному представлению о туристическом пространстве и его социокультурной сущности. В современном мире туризм постепенно трансформируется в социальный феномен глобального уровня.

Окружающая среда является источником знаний (гносеологическая ценность), ресурсом для хозяйственной деятельности (экономическая ценность), средой существования организмов (биологическая ценность), источником нравственности и морали (этическая ценность), источником чувств и переживаний (религиозная ценность).

Социокультурные факторы, воздействующие на развитие туризма, – сложная и трудно диагностируемая группа мотивирующих факторов субъективного характера, оказывающая существенное влияние на выбор потребителей.

Главной движущей силой бурного развития экологического туризма является быстрорастущий спрос на рекреацию, который определяется увеличением несоответствия среды обитания современного человека его физиологическим и психологическим потребностям [3].

Инициирующие факторы развития экологического туризма – это технический прогресс, значительно увеличивший возможности людей путешествовать, а также психологические и биологические потребности населения в отдыхе и смене окружающей обстановки. Этот относительно молодой культурный феномен уходит в далекое прошлое, обусловлен психическими, биологическими, физиологическими и духовными потребностями человека и, следовательно, имеет гуманистическую подоплеку. Трансформируются потребности ту-

ристов: от примитивных к возвышенным, от восстановления к удовлетворению интеллектуальных запросов.

Развитие экотуризма происходит из-за сильной мотивированности туристов. Мотивация в туризме понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определенных действий, и зависит от множества внешних и внутренних по отношению к человеку факторов.

Личностно-мотивационные факторы – сложная и трудно диагностируемая группа факторов субъективного характера, оказывающая существенное влияние на выбор потребителей. Эта группа мотивационных факторов имеет особое значение, так как фактически формирует поведение потребителей. К личностно-мотивационным факторам относятся тип личности, ее потребности, ментальность, ценностные ориентиры. Данные факторы определяют мотивы потребителей при выборе тура, чем активируют их дополнительное развитие. Поэтому при проектировании территорий экологического туризма необходимо изучение экотуриста как субъекта с экологически осмысленным поведением, которое складывается из конкретных умений, навыков, поступков, опосредованных целями и мотивами личности.

На теоретическое становление *социокультурных факторов развития экологического туризма* повлияли следующие доклады: «Пределы роста» (Д. Медоуз и др.); «Перестройка международного порядка» (Я. Тинберген); «Человечество на перепутье» (М. Месарович, Э. Пестель); «Цели для человечества» (Э. Ласло); «За пределами века расточительства» (Д. Габора, У. Коломбо) и др. [4–6].

В конце XX века проблема правильного потребления благ цивилизации достигла своего пика. Большое внимание этой теме уделили не только ученые (например, Ж. Бодрийяр в работе «Общество потребления»), но и политики [7–9]. Так, вице-президент США Альберт Гор в своей книге «Земной шар в равновесии» написал: «Количество материальных благ в настоящее время выше, чем когда-либо прежде, но таково же и количество людей, ощущающих пустоту своей жизни» [10].

Американский психолог С.С. Плог увязал развитие туризма с психографическими характеристиками посетителей. Психографика изучает образ жизни человека, выраженный

в интересах и мнениях, которые отражаются на туристских предпочтениях человека. С.С. Плог выделил два крайних типа личности – психоцентрик и аллоцентрик, которые различаются моделями туристского поведения и выбирают разные места отдыха. Аллоцентрик – наиболее соответствующий экотуризму тип личности. Основные его характеристики: стремление открыть еще не освоенные туристами районы, высокий уровень активности, нетребовательность к комфорту, общение с местным населением. Тур для аллоцентрика должен включать только перевозку и размещение, а его программа – отличаться максимальной гибкостью и большой свободой для участников путешествия.

Инициирующим фактором развития экологического туризма является технический прогресс, значительно увеличивающий возможности людей путешествовать, а также потребности населения в отдыхе и смене окружающей обстановки. Движущей силой бурного развития экологического туризма является быстрорастущий спрос на рекреацию, который определяется несоответствием среды обитания современного человека (загрязнение воздуха и воды, шум, социальные конфликты) его физиологическим и психологическим потребностям. На это наложилась тенденция возрастания заботы о здоровье и поддержании физической формы человека.

В последнее время потребностью туристов все больше становится стремление к такой форме путешествий, которая способствовала бы их личностному росту и обогащению их знаний о природе и человеке, усилилось стремление к индивидуализации отпуска в соответствии с собственными предпочтениями. Туризм из средства восстановления работоспособности становится способом реализации человеком своих индивидуальных способностей и удовлетворения интеллектуальных запросов. Возрастает потребность личного прикосновения к культурным раритетам посещаемой территории, огромное значение приобретает неформальное общение. В результате возрастают требования к первозданности и уникальности природных объектов, аутентичности культуры, отдается предпочтение гибким программам отдыха с набором разнообразных рекреационных и познавательных занятий, небольшим количеством человек в группе.

Долгое время господствовавшая антропоцентрическая модель перед лицом глобальных экологических проблем вытесняется новой парадигмой – коэволюционной. Экономический императив все чаще заменяется экологическим. Экологический кризис вызывает потребность изменить отношение к природе. Формирование экологического менталитета через осознание туристами и субъектами туристической деятельности взаимообусловленности качественного сосуществования человека и окружающей природной среды приводит к тому, что значимость состояния окружающей среды все время возрастает. В результате бытовой комфорт отходит на второй план. Требуется меньший объем традиционной туристской инфраструктуры, к которой предъявляются прежде всего экологические требования. Традиционные критерии оценки туристической среды – комфортность путешествия, объемы туристических потоков – сами по себе не играют определяющей роли.

Возросшая динамика социальных изменений трансформирует представление общества о будущем. Будущее понимается как социокультурный проект желаемого состояния, который вырабатывается в процессе коммуникации. Социокультурный проект будущего меняет парадигму общественного сознания. Происходит смена ценностных ориентиров общества.

На смену потребительскому образу жизни приходит устойчивый образ жизни, задача которого заключается в создании условий для гармоничного социального, природного, экономического развития общества. Человек все больше ориентируется на духовное развитие, самовыражение, самосовершенствование, познание, получение впечатлений, а не на материальное потребление. В результате возрастает и роль туризма. Туристские услуги наделяются ценностью, если они способны обеспечить получение качественного (культурного, социального, эстетического, художественного и т.д.) опыта. В основе нового туристского опыта лежат культурное и природное разнообразие, необычность ресурсов, самобытность культуры и культурных традиций, креативность туристской инфраструктуры [11; 12].

В результате происходящих в обществе социокультурных процессов постматериальные установки и экологизация об-

раза жизни занимают прочные позиции в общественном сознании. По причине именно смены приоритетов в ценностной ориентации и формирования экологического менталитета туристов отмечается растущая привлекательность экологического туризма.

Исследование социокультурных факторов помогает понять, кто является потребителем экотуристических услуг, как внутренние личностные установки и внешние воздействия влияют на развитие экотуризма и его пространственную организацию, в том числе градостроительное обустройство.

Литература и источники

1. Астанин Д.М. Американская модель экологического туризма – минимизация воздействия на окружающую среду и ее планировочные аспекты // Архитектон: известия вузов. 2017. № 4 (60).

2. Астанин Д.М. Европейская модель экологического туризма – сохранение традиционной культуры и ее влияние на планировочную организацию рекреационных территорий // Архитектон: известия вузов. 2017. № 3 (59).

3. Латыпова Э.Н. Жизненный цикл туристических направлений и их конкурентоспособность // Управление экономическими системами. 2011. № 32.

4. Пределы роста: доклад Римскому клубу / Д.Х. Медоуз, Д.Л. Медоуз, Й. Рэндерс, В.В. Беренс III; пер. с англ.; науч. ред. Д. Н. Кавтарадзе. М.: Изд-во МГУ, 1991. 205 с.

5. Тинберген Я. Пересмотр международного порядка / пер. с англ.; предисл. Д.М. Гвишиани. М.: Прогресс, 1980. 416 с.

6. Дьяков А.В. «Теоретическое насилие» Жана Бодрийяра // Философия постструктурализма во Франции: моногр. М.; Нью-Йорк; СПб.: Northern Cross, 2008. 363 с.

7. Фурс В.Н. Радикальная социологическая теория Жана Бодрийяра // Социологический журнал. 2002. № 1.

8. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / пер. с фр. Н.В. Суслова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000.

9. Гор А. Атака на разум / пер. с англ. А.Н. Богданов и К.В. Минкова; науч. ред. и авт. примеч. Ю. Г. Акимов. СПб.: Амфора, 2008. 475 с.

10. Мартышенко Н.С., Золотова В.И. Повышение роли экологического туризма в структуре предложения внутреннего туризма в России // Фундаментальные исследования. 2015. № 11-5. С. 1003–1008.

11. Сурмачевская С. Экологический туризм. URL: http://gazetagreencity.ru/rubrika/turizm/ekologicheskiy-turizm/

12. Шестакова Е.С., Рудык А.Н., Бутова Т.Г. Функции экологического туризма // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 2 (63). С. 239–252.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КАРТОГРАФИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИЗМА

THEORY AND PRACTICE OF CARTOGRAPHIC SUPPORT OF TOURISM

УДК 528.9

Т.В. Верещака, *профессор кафедры, д-р техн. наук, профессор, cartography@miigaik.ru*
Н.А. Билибина, *доцент кафедры, канд. техн. наук, cartography@miigaik.ru*
Н.М. Биктимирова, *доцент кафедры, канд. техн. наук, biktimirovanm@mail.ru*
О.В. Ковалева, *доцент кафедры, канд. техн. наук, cart777@yandex.ru*
А.Л. Степанченко, *доцент кафедры, канд. техн. наук, stalex@miigaik.ru*
Кафедра картографии Московского государственного университета геодезии и картографии, г. Москва, Россия

© Верещака Т.В., Билибина Н.А., Биктимирова Н.М., Ковалева О.В., Степанченко А.Л., 2021

T.V. Vereshchaka, *Professor, Doctor of Technical Sciences, cartography@miigaik.ru*
N.A. Bilibina, *Docent, PhD, cartography@miigaik.ru*
N.M. Biktimirova, *Docent, PhD, biktimirovanm@mail.ru*
O.V. Kovaleva, *Docent, PhD, cart777@yandex.ru*
A.L. Stepanchenko, *Docent, PhD, stalex@miigaik.ru*
Cartography Department of the Moscow State University of Geodesy and Cartography, Moscow, Russia

Ключевые слова: туристская картография; виды туризма; карты для туризма.

Keywords: tourist cartography; types of tourism; maps for tourism.

Предложена классификация карт для туризма, охватывающая уровни, основные направления картографирования, формы представления карт. Рассмотрены и проиллюстрированы типы и содержание карт – собственно туристских, для организации и планирования туризма. В качестве иллюстраций использованы фрагменты карт из выпускных квалификационных работ студентов картографического факультета.

The classification of maps for tourism, covering levels, main directions of mapping, forms of presentation of maps, is proposed. Reviewed and illustrated the types and content of maps - actually tourist, for the organization and planning of tourism. Fragments of maps from graduating works of students of the cartographic faculty were used as illustrations.

С древнейших времен путешествия являлись средством познания мира, открытия неизведанных территорий и получения новых знаний о них. Со временем туризм превратился в индустрию, в значительной степени, оказывающую влияние на политические и экономические процессы в различных странах.

Федеральный закон от 21 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет туризм как «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц

без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [1].

В последние годы на сферу туризма отрицательно повлияла пандемия, которая нанесла существенный материальный ущерб туризму как индустрии: введены ограничения на передвижение людей, возникли проблемы в организации международного туризма. В связи с этим стал более активно развиваться внутренний туризм, приобрели популярность индивидуальные туры, обеспечивающие выполнение необходимых требований в условиях пандемии.

В сложившихся условиях становится актуальным так называемый «виртуальный туризм». Современные технологии позволяют быстро переходить на различные пространственные уровни и получать необходимую познавательную информацию, не выходя из дома. В этих условиях карта попрежнему является наиболее эффективным средством визуализации и передачи пространственной информации.

Туризм оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на жизнь и деятельность людей. В странах, городах, отдельных регионах, где имеются интересные объекты истории, культуры, природы, туризм обеспечивает занятость населения, становясь одной из доходных отраслей экономики и принося доход в таких сферах, как торговля, индустрия развлечений, транспорт, гостиничный бизнес, сфера питания и др. При этом туризм создает благоприятные условия для достижения взаимопонимания между народами разных стран и регионов, установления дружественных контактов между людьми. Отрицательное воздействие туризма заключается в проявлениях негативного влияния на окружающую среду, возможных конфликтах на почве различных религиозных и культурных ценностей и др.

Организованные или самодеятельные путешествия в пределах отдельной страны объединяются понятием «внутренний (национальный) туризм», а за ее пределами – «международный туризм». Оба вида туризма тесно связаны, так как

имеют одинаковые цели, образуют спрос на одни и те же услуги, во многих странах имеют общую материально-техническую базу и единую сферу приложения труда.

Развитие туризма невозможно без качественного картографического обеспечения, в доступной и эффективной форме обеспечивающего восприятие и понимание отображенной на картах информации. Потребители картографической продукции – это как туристы, туристские фирмы и организации, так и структуры, обеспечивающие развитие туристского потенциала, рациональное и эффективное использование рекреационных ресурсов региона. Карты, атласы, иллюстрированные печатные издания и электронные карты туристского назначения широко используются для подготовки и проведения путешествий, а также в сфере управления отраслью туризма. Широкий круг разнообразных потребителей обусловил многообразие картографической продукции для туризма, что позволило определить основные актуальные направления туристской картографии в следующих положениях.

Содержание карт определяется степенью развитости туристской инфраструктуры территории, наличием объектов природного и культурно-исторического наследия, прочих достопримечательностей, спецификой отдельных видов туризма, связанных с природными и национальными особенностями регионов [2; 3].

Исходя из понимания туризма, с одной стороны, как средства для удовлетворения познавательных и рекреационных потребностей людей, с другой – как отрасли экономики, обеспечивающей потребности туристов в определенных услугах, можно обоснованно выделить два направления картографирования:

1) создание собственно туристских карт (к примеру, карт для различных видов туризма: познавательного, спортивного, делового, лечебно-оздоровительного, экологического, религиозного, событийного и т.п.);

2) создание карт для организации и планирования туризма.

Рассмотренные положения легли в основу предложенной классификации карт для туризма, представленной на рис. 1.

КАРТЫ ДЛЯ ТУРИЗМА

УРОВНИ КАРТОГРАФИРОВАНИЯ (ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ И МАСШТАБ*):
МИР, КОНТИНЕНТ, СТРАНА, РЕГИОН (АДМИНИСТРАТИВНЫЙ, ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ), ГОРОД, ОТДЕЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ

А. СОБСТВЕННО ТУРИСТСКИЕ КАРТЫ

(ДЛЯ ОРГАНИЗОВАННОГО И САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**)

ОБЗОРНЫЕ
РАЗЛИЧНОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ОХВАТА

МАРШРУТНЫЕ
(КАРТЫ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ МАРШРУТОВ – ПО СПОСОБУ ПЕРЕДВИЖЕНИЯ И ХАРАКТЕРУ МЕСТНОСТИ)

ПЕШИХ
ЛЫЖНЫХ
КОННЫХ
ВЕЛОСИПЕДНЫХ
АВТОМОБИЛЬНЫХ
АВТОБУСНЫХ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ
КОМБИНИРОВАННЫХ
ВОДНЫХ
ГОРНЫХ
ПРОЧИХ

ПО СОДЕРЖАНИЮ (ВИДАМ ТУРИЗМА) С ВЫДЕЛЕНИЕМ ОБЪЕКТОВ ПРИРОДНОГО И КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ			ОЗДОРОВИТЕЛЬНО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА	СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА	ПРОЧИХ ВИДОВ ТУРИЗМА
ОБЩИЕ	**ПРИРОДЫ**	**ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ**			
СТРАНОВЕДЧЕСКИЕ КАРТЫ И ПЛАНЫ ГОРОДОВ	СПЕЛЕОЛОГИЧЕСКИЕ БИОЛОГИЧЕСКИЕ ГИДРОЛОГИЧЕСКИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ	ИСТОРИЧЕСКИЕ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКИЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА И АРХИТЕКТУРЫ ЖИЗНИ ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ ЭТНОГРАФИЧЕСКИЕ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ И РЕМЕСЕЛ	ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ МЕСТ КУРОРТОВ	СПОРТИВНОГО ОРИЕНТИРОВАНИЯ МАРШРУТОВ РАЗЛИЧНОЙ КАТЕГОРИИ СЛОЖНОСТИ МЕСТ ПРОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ ДЛЯ ОХОТНИКОВ И РЫБОЛОВОВ	ДЕЛОВОГО НАУЧНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО РЕЛИГИОЗНОГО

ДЛЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

*Определяется назначением и территориальным охватом
** Карты для самодеятельных (неорганизованных форм) туризма отличаются большей информативностью в отношении транспорта и безопасности

Б. КАРТЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИЗМА
(МЕЖДУНАРОДНОГО, ГОСУДАРСТВЕННОГО, РЕГИОНАЛЬНОГО)

- РЕКЛАМЫ И ПРОПАГАНДЫ ТУРИЗМА

- ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ДИНАМИКИ

- ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

- РАЙОНИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ ПО:
  - ВИДАМ И РЕЖИМАМ ТУРИЗМА
  - ИНТЕНСИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
  - ПРИРОДНЫМ, ТЕХНОГЕННЫМ УСЛОВИЯМ И ОПАСНОСТЯМ
  - УСТОЙЧИВОСТИ ПРИРОДНЫХ КОМПЛЕКСОВ К ТУРИСТСКИМ НАГРУЗКАМ
  - СОХРАННОСТИ ПРИРОДНЫХ, ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ
  - РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ И СТАТУСУ ОБЪЕКТОВ ТУРИЗМА И ДР.

- ПЛАНИРОВАНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ:
  - РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ
  - МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ
  - ВИДОВ И ОБЪЕМОВ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

В. БАЗОВЫЕ, ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ

ТОПОГРАФИЧЕСКИЕ НАВИГАЦИОННЫЕ

ПО ФОРМЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КАРТОГРАФИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

- БУМАЖНЫЕ (АНАЛОГОВЫЕ): НАСТЕННЫЕ, НАСТОЛЬНЫЕ, СКЛАДНЫЕ

- ЭЛЕКТРОННЫЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ ИНТЕРАКТИВНЫЕ КАРТЫ, АНИМАЦИЯ, МУЛЬТИМЕДИА-ПРОДУКТЫ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ, А ТАКЖЕ «ВИРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМА»

Рис. 1. Классификация карт для туризма

На первой ступени предлагаемой классификации выделены уровни картографирования, обусловившие использование различных масштабов. Уровни картографирования взаимосвязаны, при этом каждый их них имеет особенности, проявляющиеся в математической и общегеографической основах, классификациях объектов, выборе изобразительных средств для визуализации отображаемого содержания, а также технологии представления и использования карт потребителями.

Разнообразие решаемых задач привело к необходимости разработки карт различного пространственного охвата (и, соответственно, разных масштабов): это карты мира, континентов, стран, административных или географических регионов, городов, отдельных видов туристских объектов (природно-архитектурные ансамбли, национальные парки и т.д.). Масштабы (от самых крупных – 1:2 000 до мелких – 1:50 000 000) тесно связаны с территориальным охватом и определяют информационную насыщенность карт.

К разряду вспомогательных можно отнести карты топографические (являющиеся базовыми для средне- и крупномасштабных карт) [1], а также навигационные карты, в том числе электронные.

Следует отметить, что предлагаемая классификация является открытой системой и может быть дополнена другими видами картографической продукции для целей туризма.

Под организованным туризмом понимается путешествие по программе, намеченной туристскими учреждениями с предоставлением комплекса услуг. Самодеятельный туризм – путешествие по плану, разработанному самим туристом, со значительной долей самообслуживания. Карты для неорганизованных форм туризма должны отличаться большей информативностью в отношении транспорта, инфраструктуры и безопасности, что указано в примечании к рис. 1.

В картографическом обеспечении нуждаются самые разнообразные виды и формы туризма: познавательный, рекреационный, природный, историко-культурный, событийный, этнографический, собирательный, приключенческий, оздоровительный, спортивный, экстремальный, религиозный (паломнический), экологический и др. Поэтому в классификации карт (а значит, и в последующем их создании) мы попытались

отразить потребности в столь же многообразной (широкой и узконаправленной) тематике и видах туристских карт.

По характеру перемещения туристов по местности карты можно разделить на обзорные (объекты интереса туристов показываются по всей территории) и маршрутные (объекты показаны в пределах заданной по ширине полосе маршрута). В свою очередь, маршруты различаются по способу передвижения (пешие, лыжные, конные, велосипедные туры, поездки на различных видах транспорта и комбинированные) и характеру местности (водные маршруты, горные и др.). На рис. 2 приведены примеры маршрутных туристских карт для автомобильного и водного туризма. В современных реалиях автомобильный туризм (путешествия на собственных или арендованных автомобилях) наиболее безопасен с эпидемиологической точки зрения и комфортен. Автотуризм дает свободу выбора маршрута, времени путешествий, импровизации программы во время путешествия.

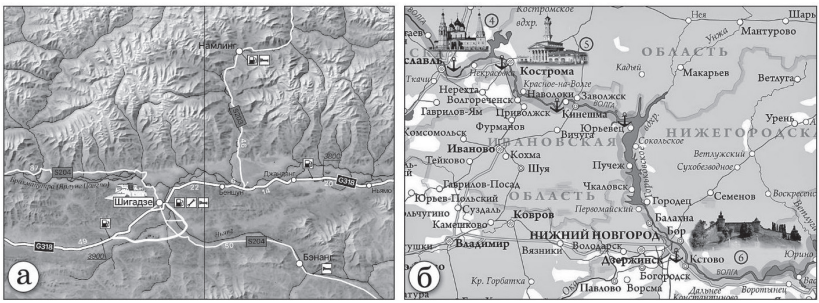


Рис. 2. Примеры маршрутных туристских карт:
а – фрагмент карты автомобильного маршрута Москва – Бали (Н. Коногорский); б – фрагмент карты водного маршрута «Волга от истока до устья» (В. Бондарь)

На рис. 3 представлен фрагмент карты железнодорожного маршрута Москва – Санкт-Петербург в подарочном исполнении. Такая карта не только выполняет информационно-познавательную функцию, но и является прекрасным вариантом сувенирной продукции, выполненной в старинном стиле.

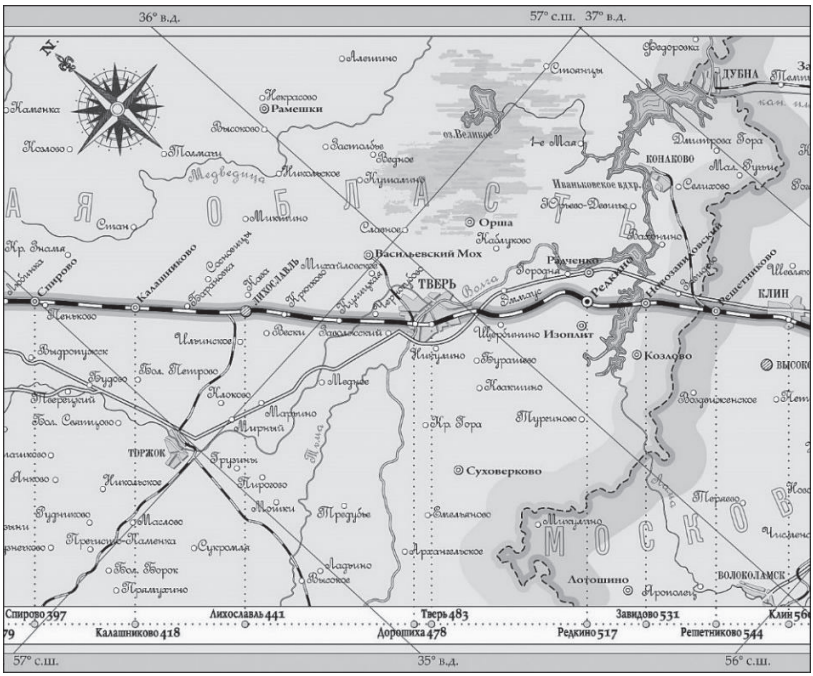


Рис. 3. Фрагмент карты железнодорожного маршрута Москва – Санкт-Петербург (В. Петрухин)

Далее собственно туристские карты дифференцируются по содержанию на познавательные, оздоровительно-рекреационного туризма, спортивного туризма, прочих видов туризма.

Среди познавательных выделены карты общие, природы, истории и культуры. Традиционно на туристских картах содержание дается в определенной последовательности, и этот порядок отображен в легенде карты: 1) достопримечательности, объекты исторического и культурного наследия; 2) объекты сферы отдыха и услуг; 3) элементы общегеографического содержания карты, позволяющие пользователю ориентироваться на местности и выполнять геопривязку тематического содержания (населенные пункты, пути сообщения, границы, водные объекты и др.). Такой порядок обусловлен тем, что туристские карты являются тематическими, а значит, тематиче-

ское содержание должно быть прочитано и понято в первую очередь. Это хорошо видно на интерактивной карте «Дворцы Санкт-Петербурга» (рис. 4).

Рис. 4. Фрагмент электронной карты «Дворцы Санкт-Петербурга» (А. Степанова)

По содержанию туристские карты близки к краеведческим, предназначенным для местных жителей, изучающих родной край, – краеведов, школьников и др. Таким образом, элементы содержания таких карт могут во многом повторять друг друга. На рис. 5 представлен фрагмент карты «Занимательная Москва», которая будет одинаково интересна как для детей младшего школьного возраста, проживающих в столице, так и для их ровесников – гостей города.

Карты природы наиболее полно освещают комплекс живописных ландшафтов, особо охраняемые природные территории (рис. 6), природные достопримечательности определенного характера (вулканические, спелеологические, гидрологические, биологические образования). В последние годы большой популярностью пользуются территории (акватории), обладающие максимальными показателями экзотичности, передающимися через пейзажное разнообразие природы. Сюда же можно отнести путешествия, связанные с переходом из одного времени в другое (например, из зимы в лето и наоборот), обусловленные резкой сменой климатических условий.

Рис. 5. Фрагмент интерактивной карты «Занимательная Москва» для детей младшего школьного возраста (К. Васинова)

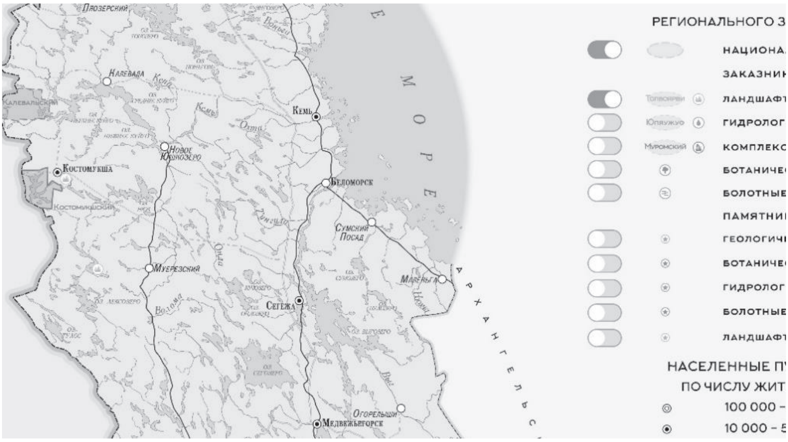


Рис. 6. Фрагмент интерактивной карты «Особо охраняемые природные территории Карелии» (А. Мотин)

Познавательные карты природы по содержанию могут быть близки к специальным картам, предназначенным для ученых-экологов, биологов и др., но отличаются от них степенью генерализации объектов содержания, а также его наглядным и хорошо читаемым оформлением, что делает такие карты доступными для широкого круга пользователей.

Познавательные карты истории и культуры посвящены широким или узконаправленным темам, раскрывающим исторические, военно-исторические события и памятники, жизнь замечательных людей, археологические, этнографические объекты, памятники градостроительства и архитектуры, места народных промыслов и ремесел, их профиль и характеристики [4].

Карты экологического туризма совмещают в себе как природное, так и историко-культурное содержание, что связано с его особыми задачами: содействием экологическому просвещению людей, охраной природной и культурно-исторической среды, сохранением целостности экосистем.

Карты оздоровительно-рекреационного туризма имеют целью показать курорты разного профиля, зоны лечебной рекреации и т.п. Карты спортивного туризма отображают спортивные маршруты разных видов и категорий сложности, районы проведения соревнований по спортивному ориентированию, а также места, рекомендованные для охоты и рыболовства (рис. 7).

К другим видам отнесем карты различных направлений туризма: религиозного, в том числе для паломников (рис. 8), делового, научного, промышленного (рис. 9), сельскохозяйственного и проч.

Карты организации и планирования туризма не менее актуальны, чем собственно туристские, так как в экономике многих стран отрасль туризма занимает одно из ведущих мест. В некоторых районах туризм является единственной отраслью, способной ощутимо влиять на их развитие. В этой группе мы выделяем следующие виды карт:

1. Карты рекламы и пропаганды туризма. Предназначены для популяризации мест отдыха, достопримечательностей, привлечения туристов – как отечественных, так и зарубежных.

Рис. 7. Фрагмент и обложка карты для спортивного и любительского рыболовства (Д. Кулешов)

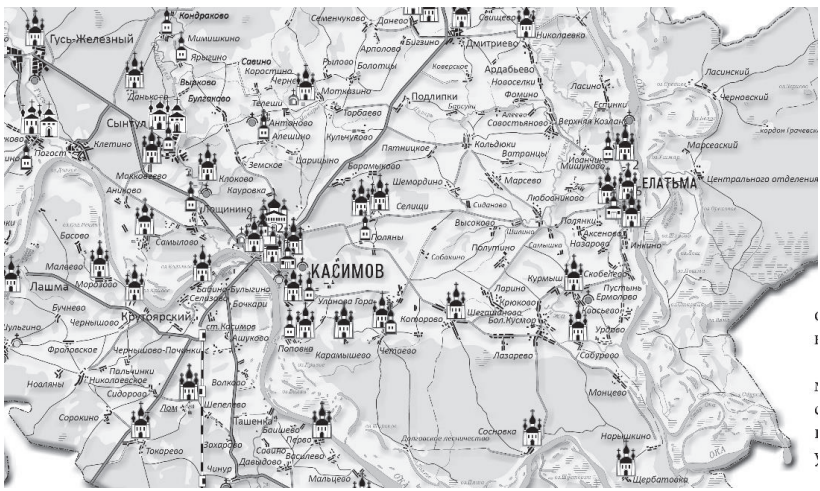


Рис. 8. Фрагмент интерактивной карты «Православное наследие Рязанского края. Касимовский район» (Е. Гаранова)

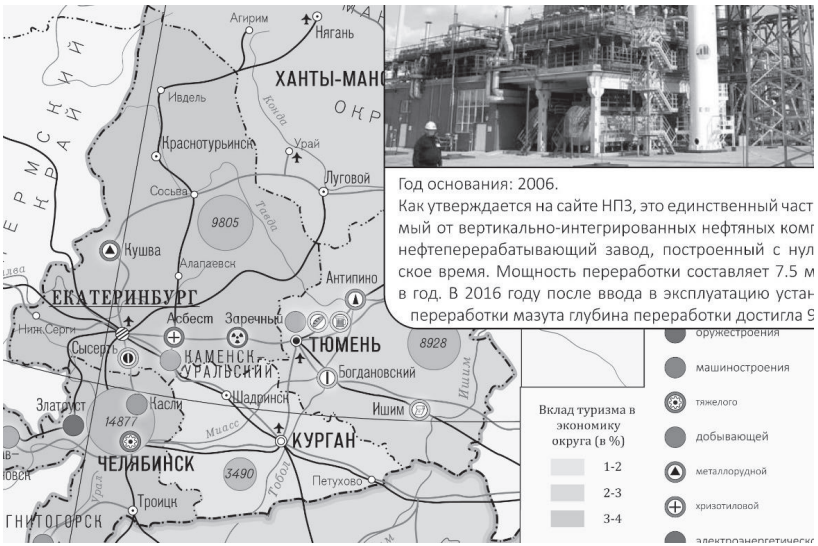


Рис. 9. Фрагмент интерактивной карты «Промышленный туризм Уральского федерального округа» (А. Калачев)

2. Карты исторического развития и динамики туризма – отражают в историческом плане различные аспекты развития туризма, его материальной базы, организации, объемов услуг, рекреационных ресурсов. Темами этих карт также могут быть динамика количества туристов, изменения социальной структуры туристских потоков, показатели затрат, степень концентрации туризма в разных местах, динамика его географического распределения. Карты важны для решения ряда технических, организационных, научных проблем, выявления перспективных районов и направлений развития туризма [5].

3. Карты инфраструктуры туризма предлагаются для отображения совокупности зданий, сооружений, систем и служб, обеспечивающих организацию и обслуживание туризма. Инфраструктура туризма является важным критерием для освоения рекреационных ресурсов. Одно лишь наличие туристских ресурсов не становится гарантом успешного развития туризма в регионе. Туристу, помимо информации об историко-архитектурных объектах, требуется возможность добрать-

ся в любую точку рекреационной зоны, остановиться для временного проживания или отдыха. Туристская зона должна обладать развитой индустрией общественного питания, большой вариативностью средств размещения и объектов познавательного и досугово-развлекательного характера.

Комплексное развитие туристской инфраструктуры способствует скорейшему освоению предлагаемой территории туристами и при грамотном планировании повышает качество жизни местного населения. Проведению комплексного анализа с целью выявления наиболее полной картины происходящих процессов в регионе способствует использование карт организации и планирования туризма. Пример такой карты представлен на рис. 10.

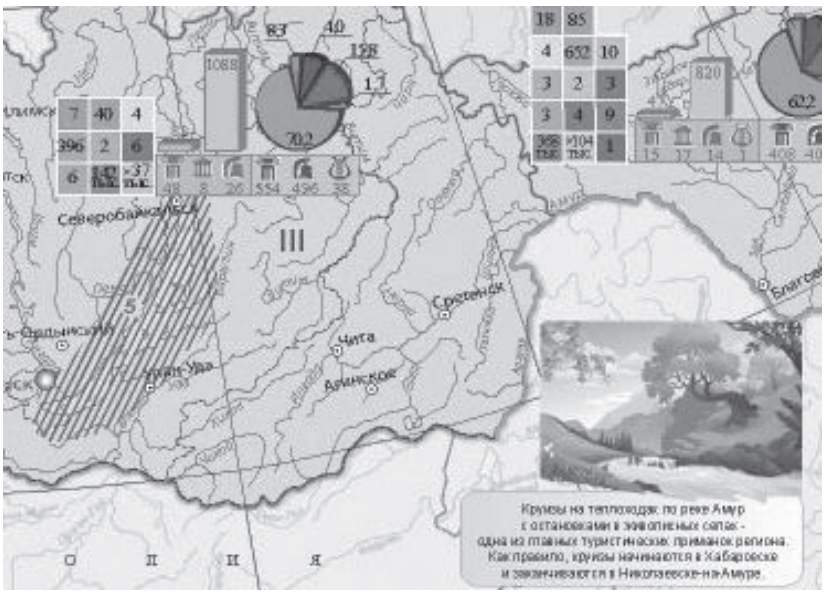


Рис. 10. Фрагмент карты «Сибирско-Дальневосточный регион. Туристский потенциал» (А. Дворянинова)

Карты туристской инфраструктуры похожи на карты производственной и социальной инфраструктуры территории, связанной с обслуживанием местного населения, предпри-

ятия которой предоставляют туристские услуги (городской и международный транспорт, предприятия торговли, питания, здравоохранения, культурно-зрелищные, спортивные и др.), но отличаются от них тем, что они отражают степень обустроенности территории именно для целей туризма.

4. Карты районирования дают пользователю комплексную информацию о специфике туристских зон и районов для организации туризма и оптимального использования рекреационных ресурсов. Специфика регионов может быть обусловлена географическими, биологическими характеристиками, экономическими отношениями, местными традициями, системой взаимоотношений между человеком и условиями среды.

В качестве критериев районирования (и тем карт) могут выступать:

- виды туризма;
- интенсивность его развития;
- устойчивость природных комплексов к туристским нагрузкам;
- сохранность природных и историко-культурных объектов;
- репрезентативность и статус объектов туризма;
- природные, техногенные условия и опасности и другие признаки (основания деления).

Карты районирования могут отображать результаты различных оценок и функционального зонирования территорий. Например, могут быть выделены зоны кратковременного массового туризма, транзитного, круглогодичного, сезонного, связанного с определенным видом промысла (охотой, рыболовством), зоны лечебной рекреации, зоны различной комфортности (благоприятности) природных и техногенных условий туризма (климатические, медико-географические, санитарно-гигиенические, показатели уровня загрязненности и др.).

В целом туристское районирование является одним из видов территориальной дифференциации, в основу которой положены особенности природной среды, специфика ее освоения и формирование социокультурных систем. Карты этой тематики требуют периодического обновления некоторой части содержания.

5. Карты планирования и экономической оценки. Планирование туризма (международного, государственного, регионального) непосредственно связано с общим территориальным планированием земель, с оценкой рекреационного потенциала ландшафтов, туристских ресурсов и туристским районированием.

Туризм характеризуется системой показателей, по которым его можно экономически оценивать и составлять карты соответствующей тематики. Приведем ряд примеров наиболее употребительных показателей, которые характеризуют:

- развитость материально-технической базы;
- количество мест в средствах размещения (в том числе с разделением по комфортности);
- коэффициенты туристской плотности (количество мест на душу населения);
- объем обслуживания (количество туристов, посетивших местность, город, страну);
- продолжительность пребывания в определенной местности;
- объем туристских услуг – суммарные денежные поступления от туристов;
- место туризма в системе отраслей экономики (количество людей, прямо и косвенно занятых обслуживанием туристов, доля туристов в сумме всех поступлений от населения (суммы продаж));
- долю поступлений от иностранных туристов в платежном балансе страны (валютные поступления).

Кроме того, в разработанной классификации предлагается дифференцировать туристские карты по форме представления на бумажные (аналоговые), которые по способу использования подразделены на настенные, настольные и складные, и электронные, в том числе интерактивные, мультимедийные и анимационные. Электронные карты, дополненные видео, могут с успехом быть использованы для целей так называемого «виртуального туризма».

Большое значение для восприятия карт имеет их оформление. С целью повышения наглядности картографического изображения применяются художественные условные знаки,

панорамные изображения, фотографии и рисунки, иллюстрирующие представленные на карте объекты.

Предлагаемая классификация карт для туризма может стать методологической основой их проектирования, создания ГИС и системного формирования соответствующих пространственных данных.

Таким образом, картография туризма в целом служит задачам территориального анализа и управления, представляя справочно-аналитическую картографическую информацию, имидж региона потребителям услуг сферы туризма и его потенциальным инвесторам для определения перспективных областей развития разных видов туристской деятельности.

Работа выполнена в рамках государственного задания № 0708-2020-0001 (Московский государственный университет геодезии и картографии).

Литература и источники

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ.

2. Верещака Т.В. Топографические карты: научные основы содержания. М.: Наука/Интерпериодика, 2002. 319 с.

3. Vereshchaka T.V., Bilibina N.A., Nguyen Le Thiem. Development of scientific bases and methods for making tourist maps showing historic-and cultural and natural heritage sites // Proceedings of the 24th International Cartographic Conference. The World's Geo-Spatial Solutions. 15th to 21th November 2009, Santiago, Chile. 2009. Pp. 12 (CD-ROM).

4. Национальный атлас России. Т. 4. История, Культура. М.: Министерство экономического развития Российской Федерации; Федеральное агентство геодезии и картографии, 2008. 496 с.

5. Картография – туризму: материалы научно-практ. конф. (Санкт-Петербург, 21–24 сентября 2008 г.). СПб.: Карты, 2008. 184 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИЗМА КАК ЭЛЕМЕНТ СОДЕРЖАНИЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В ВУЗЕ

ENSURING THE SAFETY OF TOURISM AS AN ELEMENT OF THE CONTENT OF TRAINING SPECIALISTS IN THE SPHERE OF TOURISM IN THE UNIVERSITY

УДК 338.48:378

В.М. Вобликов, *заместитель декана факультета менеджмента туризма Российской международной академии туризма, канд. воен. наук, gmu-up@rmat.ru Московская обл., Россия*

V.M. Voblikov, *Deputy Dean of the Faculty of Tourism Management of the Russian International Academy of Tourism, Candidate of Military Sciences, gmu-up@rmat.ru Moscow region, Russia*

Ключевые слова: безопасность туризма, опасности и угрозы безопасности; компетенции; индикаторы компетенций; содержание обучения по безопасности туризма.

Keywords: tourism safety, dangers and threats to security; competence; competency indicators; tourism safety training content.

Рассматривается актуальность обеспечения безопасности туризма и ее зависимость от подготовки специалистов сферы туризма в вузе, подходы к определению содержания обучения, направленные на формирование необходимых компетенций в области безопасности туризма.

The article examines the relevance of ensuring the safety of tourism and its dependence on the training of specialists in the field of tourism at the university, approaches to determining the content of training, aimed at the formation

© Вобликов В.М., 2021

of the necessary competencies in the field of tourism safety. Resume: the article examines the relevance of ensuring the safety of tourism and its dependence on the training of specialists in the field of tourism at the university, approaches to determining the content of training, aimed at the formation of the necessary competencies in the field of tourism safety.

Одним из ключевых показателей качества организации туризма является обеспечение его безопасности. Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в РФ» под безопасностью туризма понимается безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства [1]. Безопасность туризма обеспечивается знанием потенциальных опасностей и угроз в сфере туризма, умением их выявлять, определять риск проявления и возможные последствия, определять эффективные меры и средства предупреждения, нейтрализации и ликвидации последствий.

Наряду с потенциальными опасностями, с которыми сталкивается каждый человек в повседневной жизни и в профессиональной деятельности, люди, отправляющиеся в путешествия, сталкиваются со специфическими туристскими рисками. Что же это за риски и опасности?

Если привести обобщенную классификацию опасностей сферы туризма, то следует выделить пять основных сфер их проявления, оказывающих влияние на безопасность туристов и деятельность предприятий сферы туризма:

1. Природные катастрофы и стихийные бедствия: геофизические; геологические; гидрологические метеорологические; природные пожары; экологические; биологические.

2. Техногенные аварии и катастрофы: радиационные аварии; химические аварии; пожары и взрывы; гидрологические аварии; транспортные аварии по видам транспорта; аварии на коммунальных и энергетических сетях; внезапные обрушения зданий.

3. Нарушение стандартов безопасности туристской инфраструктуры: при размещении туристов; организации питания; оказании транспортных и экскурсионных услуг; оказании различных видов развлекательных услуг.

4. Социальная среда: низкий уровень правовой защиты; преступность (мошенничество, кражи, грабежи); организованная преступность; террористические акты; межнациональные и религиозные конфликты; вооруженные конфликты и войны; эпидемии и пандемии.

5. Личностные факторы туриста: состояние здоровья; уровень подготовленности к путешествию в другую физико-географическую и климатическую зону; знания, умения и навыки в обеспечении безопасности жизнедеятельности; опасное поведение; противоправное поведение; отношение к иной культуре, религии; организованность.

К перечисленным опасностям и угрозам необходимо добавить риски, связанные с безопасностью самого туристского предприятия и его персонала, которые окажут влияние не только на само предприятие, но на качество и безопасность его услуг. Среди таких рисков следует выделить угрозы экономического и финансового характера, угрозы, связанные с деятельностью конкурентов, в том числе информационные угрозы, и т.п.

Приведенная классификация опасностей и угроз сферы туризма показывает их многообразие и существенные особенности, которые зависят от физико-географических условий, развития техносферы того или иного региона, его социально-экономического развития, уровня правопорядка, культуры, особенностей социальных процессов и взаимодействий. Всемирная туристская организация, МИД РФ, Ростуризм периодически публикуют угрозы безопасности гражданам и туристам при посещении тех или иных стран [2].

Рассмотренные опасности и угрозы должны быть в фокусе внимания субъектов индустрии туризма при проектировании туристского продукта и организации путешествий. Организаторы индустрии туризма должны минимизировать и предотвращать разнообразные угрозы безопасности туристам, пред-

усматривая комплекс мероприятий в рамках международных норм и норм национального законодательства, гарантирующих на приемлемом уровне безопасность путешествий и оказания всего комплекса услуг, с ними связанных.

Сложность решения данной задачи определяется в том числе тем, что в обеспечении безопасности туристов задействовано множество субъектов. Это и туристские предприятия, проектирующие и реализующие туристский продукт, и национальные органы государственного управления и местного самоуправления с национальной системой безопасности, и международные организации, деятельность которых связана со сферой туризма (UNWTO, ICAO, IATA, WCO, IH&RA). Каждый из названных субъектов участвует в обеспечении безопасности туризма в пределах своих полномочий. Международные организации ведут мониторинг туристского сектора, проводят конференции, разрабатывают рекомендации национальным правительствам и туристским предприятиям, в том числе по вопросам безопасности. Национальные правительства принимают нормы, правила и стандарты в сфере туризма, осуществляют надзор за их соблюдением, разрабатывают рекомендации туристским предприятиям, создают и обеспечивают функционирование национальной системы общественной безопасности. Туристские предприятия осуществляют проектирование и реализацию турпродукта с учетом требований его безопасности, организуют взаимодействие с государственными и частными структурами по вопросам безопасности туризма, информируют, консультируют и осуществляют поддержку и сопровождение туристов.

Наряду со всеми другими условиями и факторами, определяющими успешность решения задач обеспечения безопасности туризма, ключевой является готовность персонала туристских компаний проектировать безопасный турпродукт и обеспечивать его безопасную реализацию. Многообразие опасностей и угроз сферы туризма, многосубъектность участников требуют от специалистов сферы туризма как подготовленности к идентификации угроз безопасности, прогнозирования последствий их проявления, определения мер по обе-

спечению необходимого уровня безопасности турпродукта, так и осуществления взаимодействия с другими субъектами обеспечения безопасности. Вместе с тем статистика происшествий в сфере туризма свидетельствует, что работа в сфере обеспечения безопасности туристов как в России, так и в зарубежных путешествиях требует совершенствования [2].

По мнению МЧС России, основными причинами несчастных случаев с людьми в местах массового отдыха и туризма являются в том числе низкий уровень подготовленности и ответственности руководителей туристских предприятий, недостаточная подготовка по вопросам безопасности сопровождающих туристских групп, недостаточная информация об условиях прохождения маршрутов [3].

Готовность к осуществлению деятельности в сфере обеспечения безопасности туризма зависит от формирования компетенций в системе профессионального образования и, конечно, в дальнейшем от квалификации работников при выполнении профессиональных задач.

Исходя из этого, возникает необходимость совершенствования подготовки специалистов в сфере туризма, в том числе в системе высшего образования. И здесь одним из ключевых факторов является определение содержания обучения по безопасности туризма при подготовке соответствующих специалистов в вузе.

Следует отметить, что вопросы безопасности жизнедеятельности изучаются практически в течение всей жизни. В школе в рамках дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» изучаются правила личного безопасного поведения и общественная система безопасности. В колледже и вузе – безопасность в избранной профессиональной сфере. Непосредственно в трудовой деятельности предусмотрено периодическое систематическое изучение вопросов безопасности труда и пожарной безопасности.

Содержание обучения по безопасности жизнедеятельности и безопасности туризма в вузе определяется на основе ФГОС и профессиональных стандартов. Так, во ФГОС по направлению «Туризм» в области безопасности жизнедеятельности

определены универсальные, общепрофессиональные компетенции выпускника. Кроме того, предусмотрено на основании профессиональных стандартов (а при их отсутствии на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, и обобщения отечественного и зарубежного опыта) формирование профессиональных компетенций разработчиками образовательных программ [4].

Установленная во ФГОС универсальная компетенция (УК-8) предусматривает «формирование способности создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций» [4].

Подобное формулирование позволяет определять предметное содержание обучения достаточно широко с точки зрения обеспечения как личной безопасности в повседневной деятельности, так и безопасности в профессиональной сфере. Что касается безопасности туризма, то во ФГОС предусмотрено формирование общепрофессиональной компетенции (ОПК-7), определяющей необходимость формирования способностей обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности [4].

Такое определение необходимой выпускнику компетенции представляется противоречивым, так как в него, с одной стороны, включено требование обеспечивать безопасность при обслуживании, т.е. оно касается прежде всего туристов и других заинтересованных сторон именно в процессе обслуживания. А вторая часть касается безопасности труда персонала туристского предприятия, которая зачастую может не находиться в прямой связи с первой составляющей компетенции. Существующее противоречие затрудняет определение адекватного содержания обучения.

Нам представляется целесообразным формирование способности обеспечивать безопасность труда в рамках определенной стандартом универсальной компетенции, так как условия жизнедеятельности включают и повседневные усло-

вия, и сферу профессиональной деятельности. А определенную общепрофессиональную компетенцию ориентировать на формирование способности обеспечения безопасности туризма. При этом целесообразно определить следующую формулировку компетенции: «способен обеспечивать безопасность производства и реализации туристского продукта и услуг, ненанесение ущерба окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества при совершении путешествий во взаимодействии с другими заинтересованными сторонами».

Подобная трактовка позволит определять содержание обучения в области безопасности туризма на всех этапах производства и реализации туристского продукта во взаимодействии со всеми другими субъектами данной сферы. А через реализацию предложенного содержания формировать соответствующую актуальную компетенцию у будущего специалиста.

Последовательная декомпозиция определенных компетенций через индикаторы достижения планируемых результатов обучения в виде знаний, умений и навыков позволяет определить предметную область и средства достижения результата, направленные на их формирование, в виде дисциплин (модулей) и других элементов образовательной программы.

В решении данной задачи может быть применено несколько распространенных подходов, в частности централизованный и дифференцированный. При централизованном подходе формирование необходимых компетенций осуществляется в рамках одного блока, как правило, в качестве такого блока выступает дисциплина «Безопасность жизнедеятельности». Зачастую вузы идут именно по этому пути. Нам представляется целесообразным дифференцированный подход, выстроенный в логике требований самого ФГОС в виде универсальных, общепрофессиональных и профессиональных элементов подготовки по безопасности жизнедеятельности и безопасности туризма, что позволит определить и содержание подготовки по обеспечению безопасности туризма.

В первом блоке предлагается формирование способности создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятель-

ности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК). Планируемые результаты обучения могут быть следующие:

• знает опасные факторы повседневной жизни и профессиональной деятельности, в том числе чрезвычайных ситуаций; методы прогнозирования и оценки развития опасных ситуаций; средства и способы защиты от опасностей и угроз;

• умеет выявлять опасные факторы повседневной жизни и профессиональной деятельности, в том числе в чрезвычайных ситуациях; прогнозировать и оценивать развитие опасностей и угроз; определять средства и способы предупреждения и защиты от опасностей;

• владеет методами прогнозирования возникновения опасностей, в том числе чрезвычайных ситуаций; навыками обеспечения безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества.

Средством достижения планируемых результатов предлагается реализация дисциплины «Безопасность жизнедеятельности», в содержании которой определяются компоненты, позволяющие достичь планируемых результатов обучения.

Во втором блоке предлагается формирование способности обеспечивать безопасность производства и реализации туристского продукта и услуг, ненанесение ущерба окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества при совершении путешествий во взаимодействии с другими заинтересованными сторонами (ОПК) при следующих планируемых результатах обучения:

• знает международные и национальные правовые акты, нормы и стандарты в области обеспечения безопасности туризма; опасные факторы и угрозы туристской сферы; методы прогнозирования и оценки развития опасных ситуаций в сфере туризма; средства и способы обеспечения безопасности туризма при производстве, реализации туристского продукта и услуг; условия и формы взаимодействия с другими субъектами обеспечения безопасности туризма;

• умеет выявлять опасные факторы и угрозы сферы туризма; прогнозировать и оценивать развитие опасностей и угроз в сфере туризма; определять средства и способы обеспечения безопасности туризма при производстве, реализации туристского продукта и услуг, осуществлять взаимодействие с другими субъектами обеспечения безопасности туризма с соблюдением международных и национальных правовых норм и стандартов;

• владеет методами прогнозирования возникновения опасностей и угроз туристской сферы; навыками определения средств и способов обеспечения безопасности туризма при производстве, реализации туристского продукта и услуг, осуществлении взаимодействия с другими субъектами обеспечения безопасности туризма с соблюдением международных и национальных правовых норм и стандартов.

Средством достижения планируемых результатов в данном блоке предлагается освоение дисциплины «Безопасность туризма», в содержании которой определяются компоненты, позволяющие достичь планируемых результатов обучения.

В третьем блоке предлагается формирование способности обеспечивать безопасность туризма на различных этапах производства и реализации туристского продукта, оказания услуг, проектирования и обеспечения деятельности туристского предприятия на основе определенных разработчиками основной образовательной программы профессиональных компетенций. При этом планируемые результаты и средства их достижения определяются в рамках соответствующих дисциплин, темами (разделами) которых необходимо определить изучение вопросов безопасности туризма по различным составляющим профессиональной деятельности.

Такой подход к определению требований к подготовленности специалиста в сфере туризма по вопросам безопасности туризма позволяет последовательно формировать готовность обеспечивать личную безопасность в различных условиях жизнедеятельности и участвовать в обеспечении безопасности потребителей туристских услуг при сохранении окружа-

ющей природной среды, материальных и духовных ценностей общества.

Таким образом, формирование содержания обучения по безопасности жизнедеятельности на основе комплексного и системного подходов при практической направленности, учете психолого-педагогических особенностей обучающихся и установлении логических взаимосвязей между элементами содержания обучения позволит сформировать у специалиста по туризму целостное мировоззрение и культуру безопасности жизнедеятельности, приобретать знания, умения и навыки, формировать компетенции, необходимые для создания и поддержания целостной системы безопасности туризма, актуальной в современных условиях.

Литература и источники

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ // Законы, Кодексы и нормативно-правовые акты РФ. URL: https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-24111996-n-132-fz-ob/ (дата обращения: 30.03.2021).

2. Федеральное агентство по туризму – официальный сайт. URL: https://tourism.gov.ru/ (дата обращения: 30.03.2021).

3. Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных действий – официальный сайт. URL: https://www.mchs.gov.ru/ (дата обращения: 30.03.2021).

4. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм: приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 516 (ред. от 08.02.2021) // Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. URL: http://fgosvo.ru/ (дата обращения: 30.03.2021).

ГЕОТУРИЗМ В РАСШИРЕНИИ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ НАУК О ЗЕМЛЕ И ИХ ВЕРИФИКАЦИИ

GEOTOURISM IN EXPANDING THE SUBJECT FIELD OF EARTH SCIENCES AND THEIR VERIFICATION

УДК 796.5 + 910.3 + 551.4

Ю.Н. Голубчиков, *ведущий научный сотрудник, канд. геогр. наук, golubchikov@list.ru*
В.И. Кружалин, *заведующий кафедрой, д-р геогр. наук, профессор, v.kruzhalin@gmail.com*
Кафедра рекреационной географии и туризма Географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

Yu.N. Golubchikov, *Leading Researcher, PhD, golubchikov@list.ru*
V.I. Kruzalin, *Head of Department, Doctor of Science, Professor, v.kruzhalin@gmail.com*
Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: геонаследие; геопарки; георазнообразие; геотуризм; катастрофизм; народная наука; научный туризм.

Keywords: geoheritage; geoparks; geodiversity; geotourism; catastrophism; citizen science; scientific tourism.

Рассматриваются возможности геотуризма в расширении предметного поля геологии, географии и геоморфологии. Геотуризм видится одним из главных путей интеграции наук о Земле с обществом. От любительски занимающихся наукой людей можно ожидать верификации научного знания и новых прорывов в науке. Как и экотуризм, геотуризм является составной частью научного туризма. Если экотуризм опирается на биоразнообразие, то в основе геотуризма лежит разнообразие геологических структур, минералов, горных пород, окаменелостей

© Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И., 2021

и форм рельефа. Рассматривается значение геопарков в консервации геонаследия и перспективы их создания в России. Как ресурс объектов геотуризма и георазнообразия выдвигаются заброшенные подземные шахты и горные выработки. Приводится опыт создания геологических музеев на их базе. Введение элементов загадочности в геолого-геоморфологическую экскурсию позволяет увлечь туриста науками о Земле.

The possibilities of geotourism in expanding the subject field of geology, geography and geomorphology are considered. Along with the activities of geological museums, geotourism is seen as one of the main ways of integrating geosciences with society. From amateur people engaged in science, one can expect the verification of scientific knowledge and new breakthroughs in science.

Like ecotourism, geotourism is an integral part of scientific tourism. If ecotourism relies on biodiversity, then geotourism is based on a variety of geological structures, minerals, rocks, fossils and landforms. The importance of geoparks in the conservation of geoheritage and the prospects of their creation in Russia are considered. Abandoned underground mines and mine workings are proposed as a resource of geotourism and objects of geodiversity. The experience of creating geological museums on their basis is given. The introduction of elements of mystery into a geological and geomorphological excursion allows you to captivate the tourist with the earth sciences.

Проблема имиджевого продвижения геологии. В современной России престиж профессии геолога или геоморфолога стал невелик. Падают конкурсы на геологические специальности вузов. Для государства, живущего за счет минерального сырья, создавшееся положение стратегически очень опасно. Проблема во многом заключена в молодых кадрах. Как привлечь молодежь в геологию? Ввести в школе соответствующий предмет? Но он скорее оттолкнет своей терминологией и непонятными картами с возрастом пород. Увлечь геологией

наиболее эффективно наблюдениями за современными процессами и явлениями, преобразующими формы рельефа.

Международный туризм до пандемии в определенной степени носил для России неустойчивый характер. С туризмом из страны вывозились десятки миллиардов долларов, а сам туризм зависел от заморских конъюнктур. Эпидемия COVID-19 обернула его к более устойчивому состоянию, направив в сторону того, что находится «рядом с домом» и может способствовать устойчивому развитию локальных сообществ по месту жительства.

В этом свете возрастает значение геотуризма, позволяющего в наглядной форме совместить познание с оздоровлением. Геоморфологические экскурсии и походы доступны повсеместно и в любое время года, поскольку формы рельефа предстают перед нами всегда и везде. И тем самым помогают преодолевать проблему загрузки туристами в межсезонье.

Геотуризм. Если экотуризм опирается на биоразнообразие, то в основе геотуризма лежит георазнообразие форм рельефа, геологических структур (разломов, складок, стратификаций, наслоений), горных пород, минералов, окаменелостей. Между георазнообразием и биоразнообразием существует очевидная, но недостаточно еще изученная ландшафтная связь. Поэтому столь же теснейшая связь и взаимоперекрытие обнаруживаются между экотуризмом и геотуризмом. Вместе они составляют основу более целостного понимания географической среды.

Геологическое разнообразие является также важным фактором ландшафтного и культурного разнообразия. А с ним связано все историческое развитие народов и их повседневное существование. Немецкий мыслитель Иоганн Гердер (1744–1803) рассуждал: «Если бы горные цепи были протянуты иначе, если бы реки текли в ином направлении, если бы иными были очертания побережий, то бесконечно иначе происходило бы все движение народов на бурлящей сцене истории!… Измените границы стран, отнимите у них тут проливы, там закройте естественный путь – и вот долгими веками судьбы всех народов и частей света будут протекать совсем иначе, иначе будет складываться их культура, иначе будет строиться и разоряться мир». У нас такие суждения долгое время пресекались как пресловутый географический детерминизм.

Существует несколько определений геотуризма (см. табл.). В основном они сводятся к пониманию геологии и геоморфологии выше уровня простой эстетической оценки. Среди них прослеживается два подхода. В первом геотуризм акцентирован на каменное наследие Земли. Его поборники подчеркивают важность суженной фокусировки геотуризма именно на геологических объектах [14]. В таком понимании геотуризм охватывает достаточно широкий спектр видов туризма – от изучения морфолитогенной основы ландшафта до сбора в природе коллекций горных пород, минералов и окаменелостей.

Таблица

Определения геотуризма по [11; 14; 15]

Автор	Определение геотуризма
Hose (1995)	Интерпретации и обслуживание, позволяющие туристам приобретать знание и понимание геологии и геоморфологии выше уровня простой эстетической оценки
Hose (2000)	Продвижение ценностей и социальной пользы геологических и геолого-геоморфологических объектов для их сохранения и использования студентами, туристами и случайными рекреантами
Slomka and Kicinska Swiderska (2004)	Ответвление познавательного туризма и/или приключенческого туризма, основанное на посещении геологических объектов, а также получении от контакта с ними эстетических впечатлений
Joyce (2006)	Посетители, собирающиеся в поле для осмотра и познания об одном или нескольких аспектах геологии и геоморфологии
Dowling and Newsome (2006)	Туризм, относящийся непосредственно к геологии и геоморфологии, формам рельефа, ископаемым пластам, горным породам и минералам с акцентом на оценку процессов, которые создают и создали такие особенности

Окончание табл.

Автор	Определение геотуризма
Dowling and Newsome (2006)	Туризм, относящийся непосредственно к геологии и геоморфологии, формам рельефа, ископаемым пластам, горным породам и минералам с акцентом на оценку процессов, которые создают и создали такие особенности
Newsome and Dowling (2010)	Разновидность туризма, в которой особое внимание уделяется геологии и ландшафту. Способствует сохранению георазнообразия, что должно вести к более глубокому пониманию мира, построенного на геологических основах
Stokes, Cook and Drew (2003)	Отрасль устойчивого туризма, которая вместо того чтобы сосредоточить внимание на минимизации воздействия на экологическую среду, поддерживает или усиливает географический характер посещаемого места, включая культуру, эстетику, наследие и благополучие жителей. Геотуризм стремится сохранить все природные и человеческие атрибуты, которые делают данное место отличным от других

Другой, более широкий географический подход сосредоточен на специфике посещаемого места, его отличиях от других, включая эстетику, наследие и благополучие жителей. Геотуризм также подчеркивает эстетический характер мест, историческое и технологическое развитие, социальные взаимоотношения и привычки местного населения. Он направлен на социально-экономическое развитие локальных сообществ [17]. В определенной степени он возрождает географический детерминизм.

Методологической основой второго подхода служит социальная геоморфология, обоснованная в книге В.И. Кружалина, Ю.Г. Симонова и Т.Ю. Симоновой (2009). В ней выделяются отдельные отрасли (экологическая, городская, эстетическая геоморфология) со связанными с ними видами геотуризма [4].

В объективе сакральной геоморфологии находятся священные горы, перевалы, пещеры, геоцелительные и геопатогенные места.

В рамках культурной геоморфологии, геотуризм взаимодействует с искусством [16]. Это направление изучает каменные материалы, из которых создавались памятники, скульптуры, архитектурные сооружения, здания, площади, облицовки.

Геотуристический подход в культурной геоморфологии обнаруживает гносеологическое значение. К примеру, до наших исследований ничего не было известно о происхождении красного мрамора, которым облицованы внутренние стены первого этажа главного здания МГУ. Это одно из главных украшений университета, но не было никаких указаний, где добыт этот мрамор, – ни в изданиях 1950-х годов о каменных украшениях в МГУ, ни в Интернете. Гранитные плиты МГУ, понятно, из Карелии, но откуда красный мрамор?

В процессе геотуристских экскурсий мы обратили внимание, что тем же абсолютно мрамором облицованы стены станции метро Краснопресненская, и применительно к ним никакой уже тайны нет. Это салиетский мрамор юрского периода из Мингрелии. Все стало понятным: это мрамор с родины курировавшего стройку МГУ маршала Берии. После его расстрела все данные о нем так старательно стирались из истории университета, что и о происхождении мрамора нельзя был упомянуть. Это пример воздействия идеологии на геологию, преодолевает который именно геотуризм.

Геопарки. Мы подавали статью о геотуризме в редакцию весомого научного журнала. Статья была отклонена, причем чуть ли не со скандалом: зачем геотуризм? к чему тут приставка «гео»? зачем геопарк, если уже есть природный парк? какое еще «геонаследие»?

Но сложившиеся на основе геотуризма такие понятия, как «геопарк» и другие, утвердились в международных и юридических документах. Геопарки определяются ЮНЕСКО как «географические районы, где объекты геологического наследия являются частью целостной концепции защиты, образования и устойчивого развития» [9]. Геопарки обычно включают в себя также объекты экологической, археологической, исторической или культурной ценности. Статус глобального

геопарка ЮНЕСКО дается сроком на четыре года, после чего функционирование и качество каждого геопарка повторно проверяются и подтверждаются.

Природный парк относится к особо охраняемым природным территориям (ООПТ). Туризм в ООПТ предполагает очень немногочисленный, строго контролируемый и отчетливо локализуемый поток посетителей в специальных функциональных зонах. Если геопарки не принадлежат к ООПТ, то они не предполагают изъятия территорий из хозяйственного использования. Там вводятся некоторые ограничения, но сами потоки туристов в пределах геопарков могут быть очень значительными. Поэтому геопарки позволяют местным жителям находить источники дохода. Тем самым геотуризм отличается от экотуризма, сконцентрированного скорее на изоляции объектов от антропогенного воздействия.

К 2020 году в 44 странах насчитывалось 169 геопарков, объединенных в глобальную сеть Global Geopark Network [13]. По количеству и популярности геопарков лидирует Китай, где организован 31 глобальный геопарк [12; 13]. По размерам Китай сопоставим с Сибирью, но ни в Сибири, ни на Дальнем Востоке нет ни одного геопарка. Россия в списке геопарков представлена только одним геопарком «Янган-Тау» в Салаватском районе Башкирии, созданным в 2018 году и получившим статус ЮНЕСКО [1]. Объявлялось о создании геопарка «Алтай», но в списке геопарков ЮНЕСКО он не фигурирует. Одного геопарка ЮНЕСКО для России очевидно недостаточно. Огромной стране необходимо расширение сети геопарков. Поэтому уже в ближайшее время надо быть готовыми к их созданию.

В России подземное пространство заброшенных горных выработок и отработанных карьеров нередко используется для сброса мусора. А ведь многие из них имеют важное геологическое значение.

Некоторые каменоломни Московской, Тверской и Тульской областей организованы для туризма. Есть опыт создания природного парка на базе отработанного Рускеальского месторождения мраморов в северном Приладожье. В Аджимушкайских каменоломнях Крыма, где в 1942–1944 годах держали оборону советские бойцы, устроен музей. Но многие

каменоломни Керченского района стоят заброшенными. В каменоломню под центральной частью Керчи были пробиты отверстия, и их использовали в качестве гигантской выгребной ямы [7].

Фактически уничтожен при разработке Кипарисовского карьера на юге Приморья уникальный каменный лес со скоплением вертикально и горизонтально расположенных окремненных стволов деревьев, перекрытых пеплом и базальтовыми лавами. На его базе ДВГИ предполагал создать научно-познавательный геопарк неогенового периода «Кипарисовский карьер», который остался теперь только в экспозиции музея [8].

Таинственность геологического прошлого. Многие туристские предприятия боятся браться за направление геотуризма. Предмет им кажется скучным и непривычным. Но если даже история такого объекта, как МГУ, полна загадок и недомолвок, то можно представить, как запутана и непонятна картина геологического прошлого.

Геология – самая загадочная и таинственная дисциплина. Постижение ее может завораживать. И вместе с тем в учебниках по геологии никаких тайн нет. На все там есть утвердительный и даже повелительный ответ. Идеология определяет в геологии, что является фактом, а что – нет. Она же указывает, как читать и осмысливать каменную летопись природы.

В основу современной научной идеологии был положен фундаментальный догмат о случайности. Никакой цели у этой случайности нет и быть не может. Возникновение мироздания, жизни и человечества современная идеология трактует как результат действия очень долгих, но абсолютно слепых сил, а в самом мироздании не усматривает ни величия, ни красоты, ни цели. Все объекты природного происхождения эволюционно самоорганизовались в процессе случайного перехода от хаоса к порядку благодаря некой неравновесности. Ведущая роль в конструировании данной идеологии принадлежит бельгийской школе нобелевского лауреата Ильи Пригожина [6]. Доисторическое прошлое в современной геологии считается похожим на настоящее. Девиз Лайеля «Настоящее – ключ к прошлому» стал ее парадигмой.

А вот выдающийся патриарх науки о туризме И.В. Зорин с соавторами различает времена креации и рекреации. Креа-

ция – способность воспроизводить из того, чего не было, то, чего не было и быть не могло, но вот оно есть. «Это то, что создано до человека по законам, которые он может постичь через рекреацию» [2, с. 129], современные ученые сказали бы, что это воспроизводство порядка из хаоса [3].

До Лайеля Жорж Леопольд Кювье утверждал, что «окаменелость – ключ к прошлому», и вскрывал этим ключом фундаментальный разрыв настоящего с доисторическим прошлым. Возможно, даже осуществлялись события геологического прошлого по иным законам, размышлял Кювье [5]. О тех креационных временах ныне повествуют окаменелости, которые не только не накапливаются сегодня, но их образование невозможно даже опытным путем. Микробы, черви, насекомые не оставляют никакого времени для какого-либо окаменения умерших в наши дни существ. Современная наука не дает оснований утверждать, что силы, бездействующие сегодня, не могли проявлять себя в прошлом, или что силы, действующие в прошлом, правильно поняты нами в настоящем.

Согласно современным воззрениям количество живого вещества в истории планеты должно было возрастать от абиогенной Земли до наших дней. Но еще Кювье пришел к выводу, что в доисторическом прошлом жизнь была неизмеримо богаче современной. Ее обеднили великие вымирания под воздействием страшных и тотальных катастроф. Если держаться эмпирически наблюдаемых фактов, то громадные залежи угля, нефти, известняков явно свидетельствуют, что количество живого вещества и кислорода могло только сокращаться от того гигантского изобилия до нашего времени, как о том и говорит учение В.И. Вернадского о биосфере.

Сначала создается дом для человека, а затем помещается в этот дом и сам человек как хозяин [2]. Вступив на землю, человек встретил все условия для безбедного существования. «Не по полу дома своего ступаешь ты, бедный человек, но ходишь по крыше своего дома, и лишь множество потопов придало твоему дому его теперешний вид», − мудро поучал Иоганн Гердер.

Народная наука. С увеличением свободного времени занятия наукой все более реализуются в рамках отдыха на основе Интернета и туризма. Людей, любительски занимающихся

наукой, становится все больше. В США говорят о становлении на основе цифровизации и Интернета народной науки – citizen science [10]. Наука о туризме исследует туризм как важный феномен человеческого существования. Но и стихийно возникающая «народная наука» в определенной степени изучает науку. Можно надеяться, что этот самый серьезный вид отдыха послужит делу верификации и укрепления научных воззрений.

Литература и источники

1. Акбашев А.Р., Абдрашитов Р.Х., Ардисламов Ф.Р. и др. Геопарк «Янган-Тау» // Геологический вестник. 2018. № 1. С. 3–12.

2. Зорин И.В., Лаковский С.Г. Профессиональная направленность рекреационной сущности экогуманизма // V Международный форум «Туризм: наука и образование»: сб. материалов междунар. науч. конф. 2017 г. (Москва – г.о. Химки) / под науч. ред. В.Ю. Питюкова; Российская международная академия туризма. М.: Университетская книга, 2018. С. 73–80.

3. Зорин А.И., Зорин И.В., Лаковский С.Г. и др. Апитуризм – новый вид рекреации // Вестник РМАТ. 2019. № 2. С. 128–135.

4. Кружалин В.И., Симонов Ю.Г., Симонова Т.Ю. Человек, общество, рельеф: Основы социально-экономической геоморфологии. М.: Диалог культур, 2009, 128 с.

5. Кювье Ж. О переворотах или изменениях на поверхности земного шара в естествоописательном и историческом отношении. Одесса, 1840. 225 с.

6. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой / пер. с англ.; общ. ред. В.И. Аршинова, Ю.Л. Климонтовича и Ю.В. Сачкова. М.: Прогресс, 1986. 432 с.

7. Савельев К.В. Экологический анализ возможностей использования бесхозных горных выработок // Евразийский союз ученых (ЕСУ). 2015. № 5 (14).

8. Соляник В.А., Попов В.К., Пахомова В.А. и др. Развитие геологической науки – в новых коллекциях музея ДВГИ ДВО РАН // Вестник ДВО РАН. 2019. № 1. С. 148–152.

9. Global Geoparks Network. Guidelines and Criteria for National Geoparks Seeking UNESCO’s Assistance to Join the Global Geoparks

Network (GGN). 2010. URL: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/sc_geoparcs_2010guidelines.pdf

10. Goodchild M.F. Citizens as sensors: the world of volunteered geography // GeoJournal. 2007. № 69 (4). P. 211–221.

11. Hose T.A. Towards a history of geotourism: definitions, antecedents and the future // In C. Burek, Prosser, C (Ed.). The history of geoconservation. Bath: Geological Society, 2008. P. 37–60.

12. Hose T.A. Foreword // The geotourism industry in the 21st century: the origin, principles and futuristic approach / ed. by Bahram Nekouie Sadry. Apple Academic Press, 2020. P. xxv–xvii.

13. List of UNESCO Global Geoparks (UGGp). 2020. URL: http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/list-of-unesco-global-geoparks

14. Newsome D., Dowling R. K. (eds.) Geotourism: The tourism of Geology and Landscape. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd, 2010. 320 p.

15. Ólafsdóttir R. and Tverijonaite E. Geotourism: A Systematic Literature Review Geosciences. 2018. № 8. P. 234.

16. Panizza M., Piacente S. Cultural geomorphology and geodiversity // Geomorphosites / Reynard E., Paola Coratza G.R.-B. (eds.). Verlag Dr. Friedrich Pfeil: München, Germany, 2009. P. 35–48.

17. Ščuroková R, Lukáč V. Jablonská J. Geological diversity in selected border areas of Slovakiaand Ukraine and its possibility of the development of geotourism // GEOTOUR & IRSE 2013 Strategies of building geotourist and geoheritage attractions IRSE: History of Central European Mining and its protection (Conference Proceedings). Wrocław & Złoty Stok (Poland), 25–27 September 2013. P. 49–55.

18. Stokes A.M., Cook S.D., Drew D. Geotourism: The New Trend in Travel; Travel Industry America and National Geographic Traveler. Washington, DC, USA, 2003.

ДЕСТИНАЦИИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ И В РОССИИ

RELIGIOUS TOURISM DESTINATIONS ABROAD AND IN RUSSIA

УДК 338.48-6:2

И.А. Жарков, *заведующий кафедрой общегуманитарных дисциплин Российской международной академии туризма, канд. ист. наук, доцент, ingvio.1964@yandex.ru*
г. Москва, Россия
I.A. Zharkov, *Head of the Department of General Humanitarian Disciplines of the Russian International Academy of Tourism, PhD, Associate Professor, ingvio.1964@yandex.ru*
Moscow, Russia

Ключевые слова: дестинация; путешествие; религиозный туризм; священное место; паломничество.

Keywords: destination, travel; religious tourism; sacred sites; pilgrimage.

С развитием туристской отрасли религиозный туризм все чаще становится предметом изучения различных исследователей. Представлена попытка расширить туристский дискурс в отношении религиозного туризма и паломничества в современном мире. Рассматривается роль религиозного туризма, показаны некоторые его отличия от паломничества. Делается вывод, что сегодня различия между паломниками и туристами исчезают в результате стирания граней между сакральным и обыденным, и у них появляются многочисленные сходства. И паломничество, и религиозный туризм требуют пространственного движения, могут включать эмоциональное желание, чтобы посетить значимые для туристов места.

© Жарков И.А., 2021

With the development of the tourism industry, religious tourism is increasingly becoming the subject of study of various researchers. The article is an attempt to expand the tourist discourse in relation to religious tourism and pilgrimage in the modern world. The author considers the role of religious tourism, shows some of its differences from pilgrimage. The author comes to the conclusion that today the differences between pilgrims and tourists disappear as a result of blurring the lines between the sacred and the ordinary, and there are many similarities. Both pilgrimage and religious tourism require spatial movement, may involve an emotional desire to visit places of importance to them.

Религиозный туризм является одним из активно развивающихся направлений туристской деятельности за рубежом и в России. Возрастающий интерес к религиозному туризму превращает его в важный фактор обеспечения социальной стабильности и межконфессионального диалога.

Религия с древнейших времен была и остается важной частью мировой культуры и национальных культур, институты которой оказывали огромное влияние на мировоззрение людей, а на отдельных этапах истории фактически определяли развитие многих стран и обществ.

Путешествия с целью посещения известных святых мест испокон веков являлись одним из элементов религиозной деятельности людей. Даже в Древнем мире иудеи в великие праздники старались принести жертву в Иерусалимском храме; египтяне посещали храмы Амона в Фивах и Осириса в Абидосе; греки стремились вопросить оракулов в Дельфах и Додоне; германцы собирались в священных рощах, буддисты – индийцы, монголы и китайцы – совершали паломничества к святыням Тибета и Индии [3; 4].

В эпоху позднего Средневековья в Европе стали возникать так называемые кальварии – духовные центры почитания Страстей Христовых, символизирующие Голгофу, которые становились местами паломничества. В 1881 году во Франции стали ежегодно организовывать паломнический караван в Святую Землю. С конца 1870-х годов такие же немецкие караваны устраивались францисканцами в Вене и Мюнхене.

В настоящее время в мире выделяются 11 макрорегионов религиозного туризма и паломничества, в каждом из которых существуют религиозные объекты мирового, национального и местного значения.

Центрами христианского паломничества являются Иерусалим, Рим (место мученической кончины святых апостолов Петра и Павла), Лорето (место хранения Святого Дома, в котором жила Богоматерь в Назарете и который был чудесно перенесен сюда в XIII веке), Ассизи в Италии (мощи святого Франциска); Компостела в Испании (мощи апостола Иакова); Лурд во Франции (место явления Пресвятой Богородицы в гроте Масавьель в 1858 году); город Фатима в Португалии (чудесное явление в 1917 году Девы Марии).

Мусульмане традиционно совершают религиозные путешествия в Мекку и Медину.

К центрам буддийского паломничества относятся места, связанные с основными событиями жизни Будды: Лумбини в Непале, где он родился; Бодхгая в индийском штате Бихар, где к нему пришло озарение; Сарнатх недалеко от Бенареса, где он произнес первую проповедь; Кушинара в индийском штате Уттар-Прадеш, где он умер; г. Канди на о. Шри-Ланка; Лхаса в Тибете.

Соответственно, по отношению к России можно выделить следующие священные места:

- православные святыни: Дивеево, Оптина и Нилова пустыни, Соловецкий монастырь, Троице-Сергиева лавра, Псковско-Печерский монастырь, Кирилло-Белозерский монастырь, Верхотурье, Валаам, Рогожская слобода;
- мусульманские святыни: мавзолей Хусейн-бека, Великие Булгары, Крепость Курайшитов,
- буддийские святыни: Иволгинский и Ниловский дацаны, Ольхон, гора Бархан-Уула.

Причем необходимо отметить, что популярность маршрутов к религиозным объектам тех или иных святых мест имеет существенную зависимость от церковных праздников. Как отмечает В.Н. Якунин: «Среди верующих принято, что любое отмечаемое церковью событие лучше при возможности встречать в местах, имеющих к нему исторически наиболее близкое отношение. Считается, что каждую религиозную поезд-

ку необходимо приурочить к определенному календарному событию, тогда и само путешествие будет под покровительством небесных защитников» [6].

Сегодня это явление развилось и распространилось по всему миру, а в различных конфессиях разработано огромное количество пересекающихся религиозных туристских продуктов.

По мнению современных исследователей, мировой рынок религиозного туризма оценивается на сегодняшний день в 18–20 млрд долларов в год (2% от всех поступлений в туризме). Ежегодное количество туристов и паломников составляет более 300 млн человек. Что касается РФ, то отечественные эксперты также дают количественную оценку религиозному туризму. Религиозный туризм может составлять, по некоторым оценкам, около 70% всего внутреннего туризма. То есть если в 2014 году, по данным Ростуризма, внутренний туристский поток России составил 41,5 млн человек, то более 30 млн из них совершили религиозные поездки.

Все более важный сегмент культурного туризма связан с «религиозным путешествием», «религиозным туризмом», мотивированным религиозными или духовными причинами, или с объектами религиозного наследия. Ранее религиозный туризм, будучи в основном внутренним явлением, превратился в крупную международную коммерческую услугу. Туристские агентства предлагают обширные многосерийные пакеты путешествий в древние места поклонения, священные места и места паломничества, связанные с основными конфессиями.

В ноябре 2008 года Всемирная ассоциация религиозных путешествий (WRTA) провела первую глобальную торгово-образовательную конференцию, посвященную 300 млн потенциальных религиозных путешественников, на которой присутствовали участники из более чем 30 стран, представляющие экуменические общины и туристические агентства.

Таким образом, глобализация открыла религиозный туризм для коммерциализации, превратив его в товарный экономический продукт, обслуживающий пересекающиеся рынки: духовность, физическое и психическое здоровье, досуг, культура, кратковременное пребывание и городские каникулы.

С учетом значительной демографической базы эта форма туризма обладает огромным потенциалом для развития межконфессионального и межкультурного диалога, если она будет задействована. Действительно, при правильном понимании туризм может стать мощным инструментом развития и эффективным средством сохранения и поощрения культурного разнообразия.

Что касается мест паломничества и мест назначения, то устойчивость предполагает принятие мер по оснащению и обслуживанию памятников, зачастую древних, которые должны быть защищены и восстановлены, а также обеспечение охраны окружающей среды для природных объектов с использованием путей доступа и транспортных коридоров в целях предотвращения заторов и непревышения грузоподъемности. Другие вопросы связаны с управлением и продвижением этих направлений, развитием устойчивой местной экономики и уважением традиций и обычаев местного населения.

В случае посещения крупных религиозных мероприятий и празднеств возникает ряд проблем, который включает в себя вопросы определения наилучших способов управления туристскими потоками и доступом, для того чтобы участники были приняты и размещены с соблюдением надлежащих гигиенических и медико-санитарных условий (включая предоставление надлежащих продовольственных услуг для путешествующих, которые содержат правила питания, предписанные их религией), гарантии безопасности и неприкосновенности людей и их имущества, оказания помощи больным, пожилым людям и детям, которые могут заблудиться, и вопросы предоставления информации о программе (времени проведения церемоний, о питании и его типах согласно религии и традиции).

Маршруты паломничества и религиозные маршруты требуют хорошо скоординированных партнерских отношений и сотрудничества между всеми принимающими общинами, специалистами в области туризма и соответствующими органами территориального развития. Всемирная туристская организация (UNWTO) разработала цели и руководящие принципы, конкретно направленные на содействие развитию устойчивого религиозного туризма.

В нашу эпоху взрыва коммуникаций и усиления мобильности мы наблюдаем большие изменения в туристической сфере. Повседневность обыденна и скучна; ее приходится подвергать изменениям, дабы избежать ощущения бессмысленности существования. Невозможно постоянно отождествлять себя с привычным контекстом. Возникает желание время от времени сбегать от монотонности и серости жизни, выходить за пределы обыденного.

«Структура туристского продукта рассчитана на то, чтобы накопить впечатления и расширить культурное пространство в максимально сжатый временной срок. Путеводитель, карта маршрута, памятка туриста, описание услуг, цены, фотографии – все это упрощает процесс разгадывания кодово-знаковой системы незнакомой культуры. Восприятие туриста, стремящегося, как правило, к чувственному потреблению, ограничивается “скользящим”, поверхностным поглощением увиденных достопримечательностей» [8, с. 40].

В.Н. Волков отмечает, что «…цель туриста – новый опыт, им движет стремление покинуть повседневность и “запрыгнуть” в новое, определяемое в зависимости от странности, экзотичности и безвредности. Сам мир предназначен возбуждать, наслаждать, изумлять, служить для практикования “техник себя”. Другого оправдания этому миру и существованию в нем туриста нет, поэтому жизнь устраивается по эстетическим критериям» [8, с. 39].

Туризм, как полагает Д.А. Гусенова, становится визуализированной практикой культурного потребления. В этих культурных практиках и реалиях массовой культуры воспроизводятся ценности, создаваемые в процессе развития цивилизации: массмедиа, дизайн, реклама, менеджмент, законам функционирования которых подчинен религиозный и паломнический туризм. Туризм – это, с одной стороны, процесс созерцания воспринимаемых культурных феноменов, с другой – продукт глобальной культуры [2].

Паломничество – одно из наиболее известных религиозных и культурных явлений человеческого общества, которое является важной особенностью основных мировых религиозных систем: буддизма, индуизма, ислама, иудаизма и христианства. Паломничество может быть определено как «…пу-

тешествие по религиозной причине, внешне к святому месту и внутренне для духовных целей и внутреннего понимания» [8, с. 1]. Сегодня паломничество определяется по-разному – как традиционное религиозное или современное светское путешествие [10].

Многообразие представлений о сакральном обусловило множественность подходов в понимании паломничества и религиозного туризма. Когнитивная дилемма «турист или паломник» в западной и отечественной научной мысли возникла из того же процесса секуляризации, который превратил некоторые религиозные центры в туристские направления [3; 4; 5; 8].

«Многообразие религиозных систем, – пишет Д.А. Гусенова, – и вытекающие из этого различия в представлениях о сакральном отобразились в вариации паломничества. В научной литературе обнаруживаются разночтения и неясности самих терминов “паломничество” и “религиозный туризм” вплоть до применения последнего и в отношении паломничества, и в отношении туризма в целом. В отдельном случае паломничество предлагают разделить на мотивированное религией (или “настоящее паломничество”), когда пилигримы не интересуются историко-культурным значением места паломничества, а проводят свое время в медитации, молитвах и совершении религиозных обрядов, и паломничество на почве знания – “религиозные туристы”, путешествующие ради первичного опыта паломничества на основании имеющейся у них информации» [2].

«Настоящее паломничество» рассматривается как обязательное следование нормам, обрядам и культурным смыслам. Совершенно справедливой, на наш взгляд, является точка зрения, что это часть духовного опыта движения в сторону некоего центра, имеющего символическое, духовное значение. Это то, что МакКевитт (McKevitt) называет поведением и опытом паломников, питающих святость места. В условиях постмодернизма пилигрим становится символом поиска духовной цели, личного удовлетворения в священном, а турист – его своеобразная метаморфоза, принимаемые решения которого направлены на «внутреннее беспокойство» [2].

В отличие от паломничества, туризм гедонистичен, является движением навстречу «другому», подчинен рекреационной и маркетинговой схемам, происходит в любое время по желанию путешественника, представляет собой символ успешной полноценной жизни, обремененной получением удовольствий [13]. Гедонизм поддерживает в себе направленность и на потребление, и на развлечение.

Главным отличием религиозного туризма от паломничества является цель, во имя которой совершает свое путешествие паломник и свою поездку турист.

Как считает С.Ю. Житенев: «Главная цель в паломничестве – это религиозное поклонение святыням, т.е. совершение молитв и участие в богослужениях в святом месте, хотя при этом у паломников могут быть и иные менее значимые цели, например, посещение знакомых, отдых, приобретение лекарств или редких товаров и т.д. Паломничество – часть религиозной жизни верующего человека. Главная цель в религиозном туризме – это знакомство с историей святых мест, жизнью святых людей, церковной архитектурой и искусством» [4, с. 93].

Отсюда следует, что религиозный туризм представляет собой светское путешествие с когнитивными и культурными целями.

В настоящее время туризм является основой повседневной жизни. Это очевидно, если мы видим его экономическое воздействие на местном и глобальном уровнях, которое постоянно растет. Более того, современный туризм стал социокультурным явлением: он выявляет и формирует способы, которыми люди понимают и действуют в окружающем мире, включая религиозные измерения и уклад [9].

Процесс секуляризации способствует переосмыслению роли некоторых религиозных центров и переориентации их в качестве туристских аттракций. Грани между сакральным и профанным постепенно стираются.

В XXI веке различия между паломничеством и туризмом исчезают, в то время как появляются многочисленные сходства: оба требуют пространственного движения и могут включать эмоциональное желание со стороны человека, чтобы посетить места, значимые для него. В целом, однако, опыт

посетителя, будь то паломничество или туризм, на самом деле не является однородным; скорее, он включает в себя различные эмпирические типы. Мотивации посетителей также очень разнообразны – от любопытства до поиска смысла [11].

Анализ истории развития и современного состояния религиозного туризма позволяет сделать важный вывод. Он заключается в том, что при совместной планомерной деятельности государственных, коммерческих, общественных и религиозных организаций можно достичь того, что религиозный туризм будет способствовать взаимопониманию людей из различных слоев общества и представителей традиционных конфессий, существующих в России и за рубежом, что, в свою очередь, приведет к снижению социальной напряженности и росту качества жизни.

Привлечение людей к участию в мероприятиях религиозного туризма будет способствовать лучшему пониманию существующих проблем и возможностей их совместного преодоления, что является одним из факторов укрепления социальной стабильности в обществе.

Религиозный туризм помогает людям прикоснуться к древним традициям, восстановить связь времен и в какой-то мере блокировать отрицательные формы снятия эмоционального напряжения.

Для дальнейшего развития религиозного туризма, особенно на внутреннем рынке России, необходимо:

- выработать определенную политику и стратегию по преодолению проблем сезонности и перегруженности на некоторых направлениях;
- разработать базовые принципы устойчивого развития религиозного туризма в регионе, опираясь на новую «парадигму мобильности»;
- проводить активную рекламно-информационную деятельность, направленную на развитие религиозного туризма;
- использовать инновации, например сочетание религиозного туризма с другими видами культурного туризма или другими видами туризма;
- соблюдать отраслевые стандарты, что отражается на качестве сервиса, так как, в отличие от зарубежных партнеров, действующие обычные отечественные базы размещения, ав-

тотранспорта, предприятия питания и т.д. не отличаются обязательностью и неукоснительным соблюдением определенных правил и обязательств;

• развивать образовательные структуры, готовящие кадры для туристской отрасли и гостиничного хозяйства.

Литература и источники

1. Волков В.Н. Туризм как ускользание от бытия // Вестник Марийского государственного университета. 2012. Вып. 10. С. 39–42.

2. Гусенова Д.А. Антиномия сакрального и профанного в философском дискурсе: турист или паломник. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/antinomiya-sakralnogo-i-profannogo-v-filosofskom-diskurse-turist-ili-palomnik

3. Дулов А.Н., Дюхова К.А., Юрчак Д.В. История путешествий и туризма. Витебск: ВГУ им. П.М. Машерова, 2011. 139 с.

4. Житенев С.Ю. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты. М.: Индрик, 2012. 263 с.

5. Печерица Е.В., Шарафанова Е.Е. Паломнический туризм: сущностные аспекты. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=16486

6. Якунин В.Н. Современное состояние, проблемы и перспективы развития религиозного туризма в Российской федерации. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-problemy-i-perspektivy-razvitiya-religioznogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii

7. Aulet S., Vidal D. Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values // Church, Communication and Culture. 2018. Vol. 3. № 3. P. 237–259.

8. Barber R. Pilgrimages. London: The Boydell Press,1993.168p.

9. Bühren van R., De Ascaniis S., Cantoni L. Special issue ontourism, religious identity and cultural heritage. URL: https:// www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23753234.2018.1548904

10. Collins-Kreiner N. Researching Piligrimage. Continuity and Transformations // Annals of Tourism Research. 2010. Vol. 37. № 2. P. 440–456.

11. Collins-Kreiner N. The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography // Applied Geography. 2009. XXX. P. 1–12.

12. Inglese T. Becoming a guide for pilgrims in a time of secularization // Church, Communication and Culture. 2018. Vol. 3. № 3. P. 335–361.

13. Lopez L. How Long Does the Pilgrimage Tourism Experience to Santiago de Compostela Last? // International Journal of ReligiousTourism and Pilgrimage. 2013. Vol. 1. URL: http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article= 1003&context=ijrtp

ОСНОВНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

MAIN METHODOLOGICAL PRINCIPLES FOR ASSESSING TOURISM AND RECREATIONAL POTENTIAL OF THE REGION

УДК 338.242.4

М.А. Здоров, *доцент кафедры государственного и муниципального управления Российского государственного аграрного университета МСХА им. К.А. Тимирязева, канд. экон. наук, zdorov86@mail.ru г. Москва, Россия*

M.A. Zdorov, *Associate Professor of the Departments of State and Municipal Administration of the Russian State Agrarian University of the Ministry of Agriculture named after K.A. Timiryazev, PhD, zdorov86@mail.ru Moscow, Russia*

Ключевые слова: *аграрный туризм; сельский туризм; оценка туристско-рекреационного потенциала региона.*

© Здоров М.А., 2021

Keywords: agricultural tourism; rural tourism; vacation tourism and recreational potential of the region.

Рассматриваются основные методологические подходы к оценке туристско-рекреационного потенциала региона. Приводятся плюсы и минусы каждого подхода. Предлагается авторская методика оценки, в которой сочетаются основные преимущества используемых методов.

The article discusses the main methodological approaches to assessing the tourist and recreational potential of the region. The pros and cons of each approach are given. The author proposes his own evaluation methodology, combining the main advantages of the methods used.

В настоящее время все разработанные и внедренные в отечественную практику методы оценки туристско-рекреационного потенциала региона можно с некоторой долей условности объединить в пять основных групп: расчетно-конструктивные (воспроизводственные) методы, методы балльных оценок, рентные методы, нормативные методы, затратные методы. Рассмотрев данные методики, автор пришел к выводу об ограниченном характере их использования [1]. Все дело в том, что один метод пригоден для оценки только одной группы рекреационных ресурсов.

Например, *расчетно-конструктивные методы* применяются при расчете стоимости туристского продукта или выручки, получаемой по каждой специализированной туристской зоне (кластеру) региона. Суть *балльного метода* оценки сводится к попытке количественной оценки качества рекреационных ресурсов путем применения субъективных оценочных параметров.

К *нормативным методам* можно отнести все виды оценок, получаемые с использованием утвержденных в установленном порядке стоимостных показателей или технологий расчета, также включающих фиксированные расчетные параметры. Наиболее типичными видами стоимостных показателей, которые можно считать нормативными, являются ставки различного рода неустоек, штрафов за незаконную добычу и уничтожение ресурсов животного и растительного мира, показате-

ли кадастровой стоимости земельных участков и ряд других. Подходит в основном для оценки ресурсов экологического и лечебно-оздоровительного туризма.

Рентный метод основан на выявлении дополнительного экономического эффекта (дифференциальной ренты), возникающего при использовании данного ресурсного источника по сравнению с другим (худшим), и применяется в том числе для расчета количества объектов инфраструктуры туристской индустрии.

Затратный метод заключается в определении ценности ресурсных источников по суммарным затратам на их использование. Несмотря на относительную простоту, данный метод наиболее эффективен при оценке развития памятников истории и культуры, народных промыслов и ремесел в регионе (см. рис.) Таким образом, сущность комплексной оценки рекреационных ресурсов исследования сводится к двум основным показателям.

Интегральный показатель отражает долю рекреационных ресурсов в общей выручке предприятий туриндустрии, второй – уровень рентабельности, складывающийся в различных типах гостиничного хозяйства и рекреационных ресурсов. Для увеличения прибыли от использования рекреационного ресурса нами предложены разработка и экономическое обоснование туристских маршрутов, которые находят свое отражение в интегральной оценке эффективности используемых ресурсов.

Интегральный показатель оценки стоимости рекреационных ресурсов имеет вид:

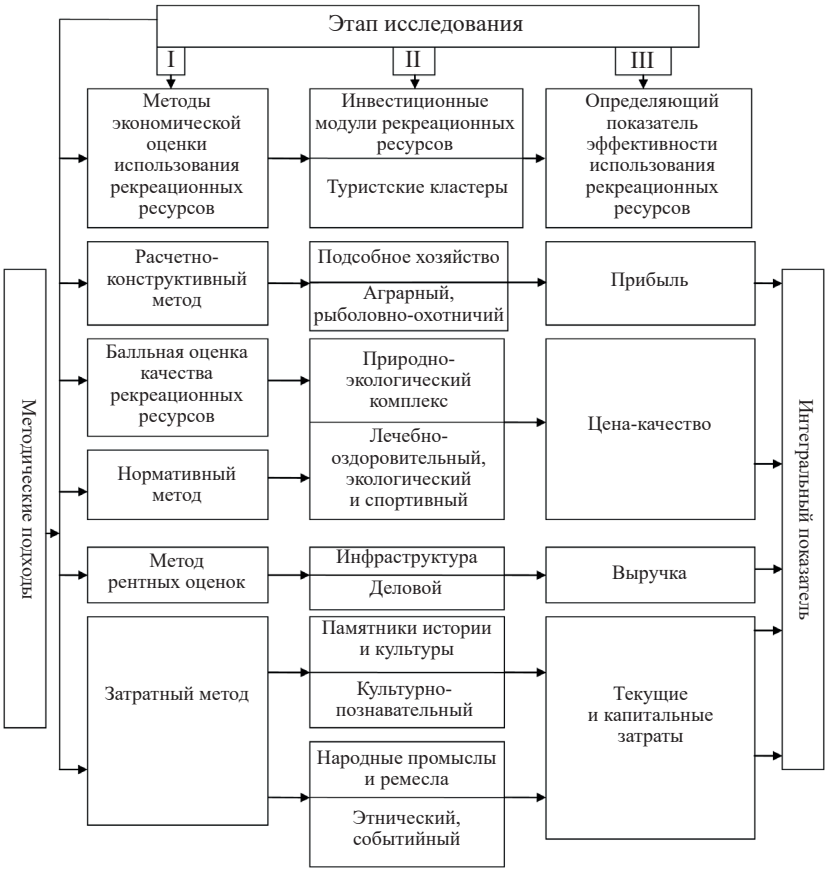
$$R = \frac{\sum B}{\sum З} \cdot K_{ц-к},$$

где R – стоимость рекреационных ресурсов;

$\sum B$ – суммарная выручка по всем предприятиям туриндустрии за исследуемый период;

$\sum З$ – суммарные приведенные затраты по всем предприятиям туриндустрии за исследуемый период;

$K_{ц-к}$ – коэффициент «цена-качество».



Методические подходы к оценке экономической стоимости рекреационных ресурсов

В числитель входят показатели выручки и прибыли по расчетно-конструктивному и методу рентных оценок, в знаменатель – показатели текущих и капитальных затрат по методике затратного метода.

Коэффициент «цена-качество» является своего рода стабилизатором рентабельности туристской деятельности в регионе и рассчитывается как отношение среднего показателя качества рекреационных ресурсов и туруслуг в средствах разме-

щения (балльная оценка) к средней стоимости данного рода услуг. При этом нормативным считается значение не менее единицы [2].

Таким образом, оценка рекреационных ресурсов по авторской методике представляет собой некий интегральный показатель, при умножении на который, скажем, кадастровой стоимости региона, получается искомая стоимость с учетом рекреационных ресурсов.

Литература и источники

1. Севастьянова С.А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов: учеб. пособие. СПб.: СПбГИЭУ, 2008. 190с.

2. Здоров М.А., Здоров С.А. Инновационные подходы к инвестиционному обеспечению объектов агротуристского рынка // Бизнес и дизайн ревю. 2017. № 4 (8). С. 3.

РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ: ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ

DEVELOPMENT OF CHILDREN'S TOURISM IN RUSSIA: SECOND WIND

УДК 379.83/.84

Т.А. Казакевич, *научный руководитель ситуационного образовательного кабинета Колледжа администрирования и современных технологий (АиСТ), канд. пед. наук, доцент, действительный член Национальной академии туризма,*
takazakevich@mail.ru
г. Москва, Россия

© Казакевич Т.А., 2021

T.A. Kazakevich, *Scientific supervisor of the Situational Educational Office of the College of Administration and Modern Technologies (AIST), PhD, Associate Professor, full member of the National Academy of Tourism, takazakevich@mail.ru Moscow, Russia*

Ключевые слова: детский туризм и рекреация; природосообразность Детства; подготовка специалистов; региональные природные ресурсы туризма.

Keywords: children's tourism and recreation; natural conformity of Childhood; training of specialists; regional natural resources of tourism.

Рассматривается возможность активного развития детского туризма и рекреации в регионах России. Туризм неотъемлемо связан с детским отдыхом и досуговой деятельностью. Детский туризм рассматривается системно, с включением различных структурных компонентов в это необходимое явление современного образа жизни детей и молодежи.

The article considers the possibility of active development of children's tourism and recreation in the regions of Russia. Tourism is inextricably linked with children's recreation and leisure activities. Children's tourism is considered systematically, with the inclusion of various structural components in this necessary phenomenon of the modern lifestyle of children and youth.

Возврат к капитализму в России привел к резкому понижению качества детского отдыха в стране. Всеобщая погоня за наживой в прямом смысле этого слова вывела из строя тысячи и тысячи обустроенных на природе мест и территорий для массового детского отдыха. Стратегия национальной безопасности России (вступила в действие 2 июля 2021 года) провозгласила в том числе создание комфортной среды для проживания граждан во всех населенных пунктах [2]. Как известно, комфортная среда – это не только услуги ЖКХ. Она включает в себя и местные региональные и ландшафтные ресурсы, которые к тому же созданы самой природой, нерукотворные,

созданы на века. Осталось научиться их использовать в процессе образования, труда, отдыха местного населения, прежде всего детей. Не следует обвинять нас в ностальгии по СССР, поскольку курс на поддержку природосообразности Детства наблюдается во всем мире, во всех развитых странах вот уже минимум три века [4]. Большим и результативным итогом данного курса следует считать организацию летнего отдыха детей на всех образовательных этапах, включая детские сады. Напомню, что лето – это как минимум два месяца каникул для детишек в РФ. Пионерские лагеря – идеальное решение для российского Детства. Необходимо восстановить эту форму рекреации, туризма, массового отдыха и развития детей и подростков, а также их социализации, налаживания живого общения со сверстниками, погружения в естественную природную среду своего региона [1].

Надо ли говорить о том, что воспитательный процесс очень тесно и органично был встроен в образовательную сферу в эпоху социализма? И если случались сплошь и рядом перегибы в воспитательном процессе по линии «личное – общественное» (естественно, в пользу общественного), так надо еще подумать, хорошо это было или плохо. Как известно, эгоцентризм индивида, ребенка – врожденный инстинкт. А воспитание не должно заниматься развитием врожденных инстинктов, они и так оттачивались природой миллионы лет. Воспитание – процесс обогащения души человека социальными благами и социокультурными ориентирами, умениями [1; 2]. Как хотелось бы добавить – «исключительно гуманной направленности».

Сначала поговорим о грустном. Мне лично довелось участвовать в открытых слушаниях Общественной палаты РФ по развитию детского туризма в 2019 году. Очень грустные слушания. Представители органов государственного управления и частные предприниматели рассуждали о тупике в развитии детского туризма в России. Догадайтесь сами, кто виноват в этом. Правильно. Основные негативные мнения звучали так. Руководитель крупной автобазы, занимающийся перевозками детей по городу: «Нам запретили парковать туравтобусы на Красной площади и в Кремле». Руководитель туркомпании: «Очень мало нам выделяют средств для размещения

приезжающих из регионов детей в пятизвездочных отелях Москвы и Санкт-Петербурга». И, наконец, представитель музейных работников: «Представляете, нас заставляют вырабатывать особые условия и экскурсии для детей. Какие-то квесты. Организовывать доступную среду. Может еще и руками разрешить трогать экспонаты? А как эти дети носятся и орут: “в Греческом зале, в Греческом зале”?». Очень гнетущее впечатление. Я попыталась изложить свое мнение, но мне резко сократили время до одной минуты. Хотели отключить микрофон даже, потому что я начала с критики Маяковского, к которому пришел кроха-сын в его широко известном произведении «Что такое хорошо и что такое плохо». Хочу с гордостью добавить, что за эту минуту я тем не менее успела донести некоторые моменты. А так как слушания были записаны, кое-что все-таки услышали сильные мира сего. Свидетельство тому – действующая Стратегия национальной безопасности России. Попытаюсь развернуть ключевые моменты.

Ничего не надо изобретать в организации детского туризма и отдыха. Все уже четко и детально проработано. Огромное значение для восстановления разрушенного до основания детского туризма и рекреации имеет творческое наследие доктора педагогических наук, профессора Сталя Анатольевича Шмакова. Он – наш современник, был глубоким теоретиком и эффективным практиком становления массового летнего отдыха детей. При этом он был интернационалистом и активно изучал зарубежный отдых детей. Это по его концепции созданы лучшие детские лагеря в стране и мире, это по его заветам воссозданы сегодня лучшие образовательные центры. Умелое сочетание игры, развлечений, походов, активной социокультурной деятельности превращало летний отдых школьников в незабываемый фейерверк. Друзья по пионерлагерю оставались друзьями и единомышленниками на всю жизнь, так же как и одноклассники, не видя которых 30–40 лет, можно при встрече опять окунуться в счастливое Детство: «А помнишь… А ты…, а я…, а мы…».

Вот вам заодно и отладка необходимых компетенций, которым решил научить взрослых уже людей в своем Корпоративном («сбербанковском») университете Г. Греф. 4К – коммуникабельность, критичность, креативность, коллаборация.

Переведем на простой детский: дружба, творчество, поддержка, детская «субкультура», совместная деятельность, соревновательность, доброжелательность, «вместе весело шагать по просторам и, конечно, распевать лучше хором». Слово «весело» – ключевое, поскольку дети не умеют долго грустить, а потому смех, шутки, юмор – неотъемлемый компонент любой образовательной программы, хоть летней, хоть зимней, хоть межсезонной. Это тоже азбучная истина Великого Сталя. Он создал удивительный «Кодекс самоуправления в летнем лагере», где основные участники и организаторы событий – дети. Речевки, зарядка и купание спозаранку, линейка и поднятие радужного флага. Да-да, радуга – символ летнего детства на флаге. Кто скажет, куда перекочевал этот символ? Страшно? А особенности подготовки специалистов для такой сложной деятельности, как организация летнего отдыха детей, также легли в основу педагогических программ всего мира. Интернационализм. Не могу не вспомнить песенку на «африканском» языке, которую дружно разучивал наш отряд вот уже 55 лет тому назад: «Юпи явья, юпи, юпи вья, синги я, вья, синги синги вья», что означало на хорошем русском: приблизительно следующее: «И я верю: черный будет свободен!». Заметьте, каким провидцем был Сталь. И, конечно, он был умелым организатором Больших Игр. Великий игротехник, он включал элементы игры в образовательные практики, поскольку детская игровая совместная деятельность – плодороднейшая почва для развития достойной человеческой Личности и коллективной деятельности личности в социуме [2; 4].

Необходимо включить в состав профессиональных образовательных программ наших специалистов по туризму и рекреации базовые основы Сталя Шмакова. Прошу поручить мне создать *нерукотворный памятник* основоположнику детского туризма и отдыха, восстановить его концепцию, а также методические и практические наработки в области организационного проектирования детского отдыха.

Очень кстати прозвучала из высоких кабинетов следующая задача российской образовательной системе. В докладе Президента РФ В.В. Путина Федеральному собранию 1 декабря 2016 года отмечено: «В основе всей нашей системы образо-

вания должен лежать фундаментальный принцип: каждый ребенок, подросток одарен; способен преуспеть и в науке, и в творчестве, и в спорте; в профессии и в жизни. Раскрытие его талантов – это наша с вами задача, в этом – успех России» [2].

Нельзя исключить из образовательных программ и другие российские разработки и теоретические основы классиков педагогики и психологии. А именно всем известные педагогические открытия Сухомлинского, Ушинского, Каптерева, Чуковского и др. [5; 6]. А юннаты? Огромное детское движение абсолютно позитивной направленности. Эти открытия весьма актуальны сегодня, когда национальная безопасность России напрямую зависит от ВОС-питания нашего подрастающего поколения. Поколение не только homo sapiens, но и homo duplex – человек природосообразный и социокультурносообразный. Два начала в каждом из нас. А вот урбанизация имеет своей негативной тенденцией резкое отчуждение детей от Природы.

В конце статьи излагаю конкретные меры по развитию детского туризма и рекреации в России:

1. Проводить классификацию видов детского туризма только для нормативных видов документов (в том числе профессиональных стандартов «референтных» специалистов и сотрудников). Признать детский туризм единым видом, охватывающим все составляющие (экологический, спортивный, оздоровительный, культурный, историко-культурный, социально-культурный, экстремальный, сезонный, речной, степной, краеведческий, по основам выживания и безопасности жизнедеятельности… и далее везде).

2. Защитить права ребенка на природосообразность Детства и Отрочества (в том числе девиантов, аддиктов и инклюзии). Образовательные программы образовательных организаций обязаны включить в учебный план погружение в живую природу на близлежащих территориях (в рамках содержания дисциплин «Окружающий мир», «Физическая культура» «Основы безопасности жизнедеятельности», «География», «История» и др.). Приветствуем междисциплинарный подход к единому и неделимому учебно-воспитательному процессу.

3. Включить в программу начальной школы геологию, особенно в части ознакомления с природными минералами! Их все дети коллекционируют, как известно. Время собирать камни. И ходить для этого в поход или просто на прогулку. А на детские и школьные площадки, помимо песка, отсыпать природные минералы (можно оголтованные) и сочинскую гальку, которую одна только маленькая речка Гмыза выносит в море ежесекундно тоннами.

4. Включить в программы СПО, ВО всех педагогических и гуманитарных специальностей (направлений подготовки) вместо «Основ философии» дисциплину «Человековедение» с обязательным разделом «Возрастная психология».

5. В состав школьного предмета «Семьеведение» включить раздел «Отцы и дети, угрозы современности: безотцовщина, биологический отец, родительские права и обязанности, “манифест молодого отца”». В контент включить раздел «Преемственность в мужских делах и занятиях, в том числе в природной среде». Походы. По родному краю, конечно.

6. При подготовке педагогов и аниматоров учитывать необходимость повышения квалификации по проблеме погружения детей в природу. Не узкая специализация, а дополнительная квалификация.

7. Обратиться в Русское географическое общество (РГО) с просьбой составить реестр природных территорий и природных достопримечательностей с привязкой к геосистемам навигации и разместить данный образовательный ресурс на своем портале.

8. Попросить РГО вести тщательный отбор и подготовку своих региональных представителей с точки зрения их увлеченности своим высоким просвещенческим статусом – блогерством. И пропагандой регионального туризма, в том числе для молодежи и детей. РГО + учитель географии + физрук = походы как обязательный элемент школьной программы.

9. Вузам и СПО, ведущим подготовку специалистов в сфере туризма, объявлять преференции для поступающих на отделения детского туризма (естественно, внутреннего). Образовательные программы в школах, детсадах и центрах детского творчества строить с учетом региональных особенностей,

природных материалов и ресурсов, а также с учетом возрастной психологии и экологических законов.

10. Национальной академии туризма обобщить теоретические исследования для восстановления на новом диалектическом витке развития детского туризма на территории РФ. Учесть исторический опыт (мировой и отечественный, включая богатый опыт СССР в этом направлении).

Литература и источники

1. Об образовании в Российской Федерации: федер. закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (с изм. и доп.).

2. Доклад Президента РФ В.В. Путина Федеральному собранию 1 декабря 2016 года.

3. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации (утв. указом Президента РФ от 02.07.2021 № 400). Ст. 31. Сбережение народа России и развитие человеческого потенциала.

4. Абраменкова В.В. Социальная психология детства М.: Инфра-М, 2019. 509 с.

5. Каптерев П.Ф. Энциклопедия семейной жизни (любое издание).

6. Сухомлинский В.А. Сердце отдаю детям (любое издание).

7. Библер В.С. Культура: диалог культур (опыт определения). URL: http://ecsocman.hse.ru/text/18142241/

8. Гуманистические и социокультурные аспекты кризиса традиционных ценностей и социальных институтов: глобальный и региональный контуры новой реальности: сб. тр. Всерос. научно-практ. конф. М.: ИГА, 2020. 386 с.

9. Узнадзе Д.Н. Философия. Психология. Педагогика. М.: Смысл, 2014. 364 с.

10. По материалам видеотрансляции на официальных новостных каналах.

ОЦЕНКА ЭПИДЕМИЧЕСКОЙ ОПАСНОСТИ РЕКРЕАЦИОННЫХ ЛАНДШАФТОВ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ

ASSESSMENT OF THE EPIDEMIC HAZARD OF THE RECREATIONAL LANDSCAPES IN NATIONAL PARKS

УДК 910.3 + 614.4

Е.Г. Королёва, *канд. геогр. наук, доцент, koroleva@cs.msu.ru*
С.С. Тупов, *аспирант, tupov_steve@mail.ru*
Географический факультет Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова г. Москва, Россия

E.G. Koroleva, *Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, koroleva@cs.msu.ru*
S.S. Tupov, *Post-graduate student, tupov_steve@mail.ru*
Faculty of Geography of Lomonosov Moscow State University Moscow, Russia

Ключевые слова: природноочаговые инфекции; зоонозы; национальный парк; туристический маршрут.

Keywords: natural focal infections; zoonoses; national park; tourist route.

Представлена медико-экологическая оценка потенциальных природно-обусловленных опасностей и медико-географического риска на территории двух национальных парков, расположенных в Республике Казахстан (ГНПП «Каркаралинский» и «Кокшетау»). Медико-географический риск заключается в функционировании на территориях рекреационных ландшафтов антропургических и природных очагов пяти опасных инфекций, среди которых туляремия и бруцеллез имеют наиболее высокие показатели заболеваемости людей. Природные очаги в некоторых случаях попадают на территории обору-

© Королёва Е.Г., Тупов С.С., 2021

дованных туристических маршрутов и представляют опасность заражения. Не обнаруженный по данным медицинской статистики, но потенциально существующий риск заражения природноочаговыми инфекциями подтверждается обитанием здесь млекопитающих – носителей этих инфекций, что предполагает необходимость развития методики и регулярного медико-экологического мониторинга таких участков. Представленная методическая схема оценки природно-обусловленных опасностей может быть применена и для других национальных парков и рекреационных территорий.

The article provides a medical and environmental assessment of potential natural hazards and medical and geographical risk in the territory of two national parks located in the Republic of Kazakhstan (SNNP Karkaralinsky and Kokshetau). Medical and geographical risk lies in the functioning of anthropurgic and natural focal of five dangerous infections on the territories of recreational landscapes, among which tularemia and brucellosis have the highest rates of human morbidity, and their focal, in some cases, fall on the territory of equipped tourist routes. Not detected according to medical statistics, but potentially existing risk of infection with natural focal infections is confirmed by the habitation of mammals carrying these infections here, which suggests the need for the development of methods and regular medical and environmental monitoring of such areas. The presented methodological scheme for assessing natural hazards can be applied to other territories and regions.

Эпидемиологическая повестка стала в последние годы одной из самых обсуждаемых. В ее контексте большая роль отводится инфекциям, попадающим в человеческое общество из природных сообществ. В историческое время такие инфекции нередко приобретали характер масштабных и разрушительных эпидемий (чума, сибирская язва), а современный период отмечен возвращением уже искорененных болезней и появлением новых. Вопросами локализации природных очагов по-

добных инфекций, их картографирования и пространственного моделирования занимается медицинская география, в поле рассмотрения которой попали территории экологического туризма, в частности национальные парки (НП). Начиная с момента их появления как новой формы особо охраняемых природных территорий площадь НП увеличивается, и вместе с этим растет поток посетителей и сторонников экологического туризма. Посещение всех ненарушенных природных территорий с наличием инфраструктуры, а НП особенно, благоприятно воздействует на здоровье людей, несет в себе экономические выгоды, позволяет узнать о природе, истории и уникальных объектах, а также содержит образовательный элемент. Однако о характеристике рекреационно привлекательных территорий с точки зрения медицинской географии известно немного. Поэтому в 2016–2020 годах нами было проведено исследование медико-географической ситуации в нескольких государственных национальных природных парках (ГНПП) Республики Казахстан, где эта форма рекреации и охраны природных комплексов еще достаточно молодая, но именно сейчас происходит этап активного ее развития, прежде всего в аридных и семиаридных ландшафтах, характеризующихся многообразием проявлений различных медико-географических ситуаций.

Суть концепции природной очаговости заключается в том, что возбудители ряда инфекций, как и любые другие биологические виды возникли и существуют в природе независимо от человека и являются полноправными членами природных или преобразованных человеком экосистем. Средой обитания для возбудителей инфекций служат чаще всего различные животные, и человек для этих возбудителей – случайный хозяин и зачастую биологический тупик. В подавляющем большинстве случаев возбудители природноочаговых инфекций заражают человека при его нахождении в природных очагах. Пространственное их распространение зависит от биотических и абиотических факторов: наличия возбудителей, носителей и переносчиков заболеваний – естественных обитателей природных сообществ, особенностей климата, типа почв, растительного покрова, а также наличия водных экосистем.

В настоящее время в Казахстане создано 13 НП на площади 724,9 тыс. га. Стратегией развития ООПТ Казахстана планируется создание еще двух парков (ГНПП «Мерке» и «Улытау») в ближайшие годы. Поэтому чрезвычайно актуально именно сейчас, на этапе становления сети НП и привлечения посетителей, учесть те аспекты экологического риска, которые можно будет минимизировать при планировании и организации их территории и экологических маршрутов, а именно степень опасности природноочаговых инфекций. На примере двух активно посещаемых НП («Каркаралинского» и «Кокшетау») рассмотрим результаты проведенной на их территории медико-географической оценки и возможности разработки программы и алгоритма изучения медико-экологической обстановки для других НП, в том числе на вновь создаваемых на евроазиатском пространстве.

Разработанные методические подходы заключались в сборе, обработке и анализе медико-статистической, эпидемиологической и медико-зоогеографической информации по заболеваемости населения и зараженности животных по материалам Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан и Министерства здравоохранения Республики Казахстан [16]; картографическим источникам (Национальный атлас Республики Казахстан [15], Большой атлас Казахстана [2], Atlas of Bacterial and Virus Zoonotic Infections Distribution in Kazakhstan [18]); материалам Казахского научного центра карантинных и зоонозных инфекций им. М. Айкимбаева, а также данным из открытых публикаций [9; 13]. Для обработки медико-статистических данных была использована программа Microsoft Office Excel 2010. Картографический анализ и моделирование полученных результатов проводились с помощью программ SASPlanet и GIS-технологии (QGIS Desktop 3.12.0), которые представляют собой набор инструментов для сбора, хранения, анализа и графической визуализации пространственных (географических) данных и связанной с ними информации. Работа также осуществлялась в приложениях ArcMap, ArcCatalog и ArcToolbox. Полученные данные внесены в компьютерную программу, в результате чего сформирована база данных в виде dbf- и shape-файлов. В исследовании приме-

нялся также экспертный метод оценки экологических рисков на основе имеющихся картографических материалов и выполненных авторами ранее работ по медико-географической оценке Казахстана [7; 8; 9]. В качестве объектов исследования выбраны территории двух НП в Центральном и Северном Казахстане – «Каркаралинского» и «Кокшетау» соответственно. На основе собранных статистических показателей за период с 1991 по 2019 год была создана база данных по актуальным природноочаговым инфекциям, включающая заболеваемость населения в административных районах расположения НП (реальный риск), зараженность животных и наличие природных очагов (потенциальный риск). Поскольку природноочаговые инфекции приурочены к определенным ландшафтам, были составлены ландшафтные карты в масштабе 1:5 000 000 на изучаемые территории на основе ландшафтной карты Казахстана [12]. На картах выделены категории ландшафтов двух типов – равнинных (сухостепных и полупустынных) и горных с обозначением высотных ступеней, а также категории использования земель, выделенные по методике геоэкологического картографирования [3]. На обе карты нанесены действующие туристические маршруты разных категорий сложности, основные достопримечательности, посещаемые туристами, и отмечены природные очаги зоонозов.

НП «Каркаралинский» расположен в Центральном Казахстане на восточной окраине Казахского мелкосопочника (административно принадлежит Каркаралинскому району Карагандинской области) и занимает площадь 112 120 га.

Уникальное расположение НП, образованного на стыке низкогорного гранитоидного массива Каркаралинских гор, расчлененного ущельями и покрытого сосновым редколесьем, и окружающего мелкосопочника со степной растительностью обусловливает большой потенциал для развития рекреации и туризма не только в Центральном Казахстане, но и во всей республике и за ее пределами [14]. Наибольшую привлекательность для туристов в «Каркаралинском» имеют горные и водные объекты: горы Кент, озера Шайтанколь, Большое, Бассейн и Соленое) исторические памятники, а также лесные массивы [18]. Среди биологических объектов интерес туристов вызывает как уникальная флора с большим количеством

эндемичных и бореальных растений [13], так и занесенные в Красную книгу Республики Казахстан млекопитающие и птицы: архар, манул, серый журавль, журавль-красавка, черный аист, кудрявый пеликан, лебедь-шипун, лебедь-кликун, беркут, могильник, степной орел, филин, орел-карлик, сокол-балобан, саджа. Кроме биологического потенциала, НП имеет высокий культурный потенциал. В границах парка насчитывается более 30 археологических объектов (каменного, бронзового и железного веков), курганов и древних поселений. Некоторые из них являются наилучшими демонстрируемыми объектами из этих периодов в Казахстане – это стоянки среднего палеолита Иманкул, Касым, Акбай-Кызылбай и датирующиеся III тыс. до н.э. Домалактас, Акимбек, Нарбас, Донгал [1; 7].

ГНПП «Кокшетау» был организован в апреле 1996 года в целях сохранения уникальных горно-лесных и озерных экосистем, памятников истории, археологии и национальной культуры Северного Казахстана. Парк расположен на территории двух областей – Северо-Казахстанской (Айыртауского района) и Кокшетауской (Зерендинского района). Его основная территория расположена в 60 км к юго-западу от города Кокшетау, занимает свыше 182 тыс. га и включает горно-лесные массивы и озерные акватории Зерендинской, Шалкарской, Имантауской и Айыртауской природных зон. На территории НП «Кокшетау» под охраной государства находятся 185 памятников древней археологии, истории, архитектуры, монументального искусства. Растительный и животный мир парка представляет собой редкое сожительство представителей флоры и фауны разных эпох и широт. Древнейшие лишайники и папоротники находятся под пологом современных древесных и кустарниковых растений [8]. Типичные виды животных сибирской тайги – лось, рысь, лесная куница, заяц-беляк, горностай – живут по соседству с обитателями южных степей и полупустыни – корсаком, сусликом, зайцем-русаком, степным хорем, байбаком [10]. На территории НП находится 13 памятников природы республиканского значения: Зеленый мыс, Смольная сопка, сопка Стрекач, Малиновый мыс, Пожарная сопка, сопка Два Брата, Острая сопка, водопад с пе-

щерой, Расколотая сопка, остров Казачий озера Имантау, сопка Обозрение, сопка Котелок, реликтовый массив.

В НП «Каркалинский», занимающем семиаридные ландшафты, были выделены эпизоотически опасные территории, характерных для степных и предгорных биомов. В них расположены природные очаги зоонозов бешенства, сибирской язвы и туляремии (рис. 1). Они приурочены к определенным природным комплексам – мелкосопочным, низкогорным и среднегорным. Природные очаги туляремии низинно-болотного типа, клещевого энцефалита, лептоспироза и геморрагической лихорадки Крым-Конго имеют потенциальный риск для человека: возбудители и резервуары есть, а заболевания людей не регистрируются. Ландшафтами с имеющейся эпидемиологической опасностью можно считать: бруцеллез, приуроченный к мелкосопочнику с типчаково-красноковыльной, таволгово-типчаково-красноковыльной растительностью на каштановых почвах; бешенство, приуроченное к низкогорью с сосновыми, сосново-березовыми лесами на горных черноземах, а также к среднегорью с типчаковой и ковыльно-типчаковой горной растительностью на горных черноземах и горных каштановых почвах; туляремию, приуроченную к равнине с австрийскополынно-типчаково-красноковыльной растительностью на темнокаштановых почвах со степными солонцами и к среднегорью с типчаковой и ковыльно-типчаковой горной растительностью на горных черноземах и горных каштановых почвах. Но эти инфекции различаются по характеру и степени риска. Насколько эти очаги затрагивают популярные туристические маршруты, было выяснено при сопоставлении туристических маршрутов парка с расположением природных очагов. Показано, что часть проложенных в парке пешеходных маршрутов («Каменная сказка», «Легенды озера Шайтанколь») затрагивают территории природных очагов либо проходят вблизи них. В целом, по сравнению с другими НП Казахстана, медико-географическая ситуация в «Каркаралинском» может считаться благоприятной, со средней степенью эпидемического риска, и при надлежащей информации опасность заражения посетителей минимальна.

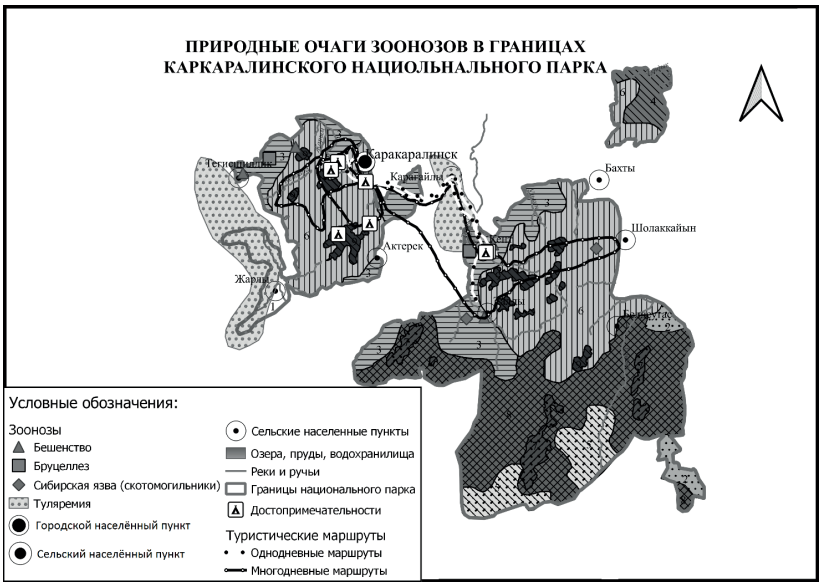


Рис. 1. Расположение природных очагов зоонозов, туристических маршрутов и природно-исторических достопримечательностей в ландшафтах Каркаралинского национального парка. Цифрами на карте показаны номера ландшафтов [2]

Существование и функционирование природных очагов различных инфекций в НП «Кокшетау» определяют географические особенности его местоположения. Большинство природноочаговых инфекций здесь также имеют четкую зонально-географическую и ландшафтную приуроченность, что позволяет оценивать потенциальную (скрытую) опасность риска заболеваний (рис. 2). Немаловажную роль в поддержании природных очагов инфекций играет характер рельефа и высокая разреженность водными объектами, что влияет на состав и характер распределения растительного и животного мира. Например, многочисленные виды грызунов – основных носителей ряда природноочаговых инфекций – в большей степени приурочены к мелкосопочным формам рельефа, поскольку там складываются благоприятные микроклиматические, кормовые и защитные условия для норных животных. Кроме

того, большое количество непроточных водных объектов на данной территории потенциально может быть источником распространения туляремии, природные очаги которой располагаются в пределах лесостепных ландшафтов (денудационные увалистые возвышенные равнины), и сибирской язвы в пределах лесостепных ландшафтов (в основном на пологоволнистых и увалистых возвышенных равнинах).

Рис. 2. Природные очаги зоонозов в границах ГНПП «Кокшетау»

Сопоставление туристических маршрутов в НП «Кокшетау» и ландшафтов с эпизоотической опасностью показало, что среди них есть маршруты, которые проходят в относительной близости от природного очага туляремии (к таким относится туристический маршрут «Поселение Ботай»). Тем не менее туристы и посетители парка в основном осведомлены о риске заражения природноочаговыми инфекциями и соблюдают меры безопасности.

В настоящее время по разработанному алгоритму проводится медико-географическая оценка недавно образованного

в Казахстане природного резервата «Иле-Балшаш» в Алма-Атинской области и выявлены природные очаги пяти зоонозов.

Таким образом, на территории обоих исследованных НП обнаружены очаги четырех зоонозов. Из них наибольшую опасность (по числу случаев заражения населения) имеет бруцеллез – природноэндемичное заболевание Казахастана, связанное с широким развитием в стране животноводства. Актуальны также туляремия, сибирская язва и бешенство. Часть очагов расположена в естественных экосистемах, часть – вблизи поселений людей. Для туристов потенциальную опасность представляет посещение отдельных участков маршрутов с выявленной эпидемической напряженностью, что свидетельствует о необходимости проведения медико-географической оценки территории до организации на ней туристической инфраструктуры, а также соответствующего информирования посетителей парков. В существующих реалиях представляется достаточным проводить регулярный контроль выявленных природных очагов в местах расположения туристической инфраструктуры, а их точная локализация позволит осуществлять комплекс необходимых мероприятий с минимальными затратами. Представленные методические подходы позволят проводить оценку риска природно-обусловленных инфекций и в других НП.

Литература и источники

1. Бедельбаева М.В. Историко-археологическое значение Кентско-Каркаралинского природно-культурного региона // Ландшафтное разнообразие Каркаралинского района и учебные полевые практики студентов биолого-географических специальностей: сб. материалов междунар. научно-практ. конф. М.: Географический факультет МГУ, 2016. С. 46–56.

2. Большой Атлас Казахстана. М.: Дизайн. Информ. Картография, 2011. 888 с.

3. Геоэкологическое картографирование: учеб. пособие для вузов по направлению «Экология и природопользование» / Б.И. Кочуров и др.; под ред. Б.И. Кочурова. М.: Академия, 2009. 191 с.

4. Дикарева Т.В., Королева Е.Г. Фоновая медико-географическая оценка регионов с высоким потенциалом экологического туризма в Республике Казахстан // Аридные экосистемы. 2017. Т. 23. № 3 (72). С. 42–50.

5. Дикарева Т.В., Королева Е.Г., Тупов С.С. Медико-географическая оценка территории национального парка для целей туристической и природоохранной деятельности // Аридные экосистемы. 2020. Т. 26. № 4 (85). С. 93–101.

6. Дикарева Т.В., Леонова Н.Б. Фиторазнообразие сопок Каркаралинского национального парка (Республика Казахстан) // Аридные экосистемы. 2014. Т. 20. № 4 (61). С. 105–114.

7. Древности Каркаралы / сост. А.З. Бейсенов, Т.С. Тулеуов, В.Т. Тусупбекова. Караганды, 2012. 152 с.

8. Дукенбаева А.Д., Жумай Е., Хамитова А.А. Систематизация и инвентаризация растений Акмолинской области // Сб. науч. тр. ГНБС. 2016. Т. 143. С. 67–74.

9. Избанова У.А., Куница Т.Н., Мека-Меченко Т.В., Лухнова Л.Ю. Перспективы использования географической информационной системы для мониторинга за природными очагами туляремии в Казахстане // Медицина. 2015. № 6. С. 12–16.

10. Казбеков А., Сагадиев К. Национальный природный парк «Кокшетау». Кокшетау: Кокше-Полиграфия, 2002. 160 с.

11. Королева Е.Г. Био-геоанализ в экологии человека. Lambert Academic Publishing, 2016. 85 с.

12. Ландшафтная карта Казахстана // Академия наук Казахской ССР. Алма-Ата, 1979.

13. Мажитова Г.З., Пашков С.В. Районирование территории Северо-Казахстанской области по степени потенциальной опасности проявления природно-очаговых заболеваний // Региональные геосистемы. 2021. Т. 45. № 1. С. 51–62.

14. Мягчилова К.А., Алексеева В.А. Природные предпосылки развития новых рекреационных зон в Каркаралинском государственном национальном природном парке // Ландшафтное разнообразие Каркаралинского района и учебные полевые практики студентов биолого-географических специальностей: сб. материалов междунар. научно-практ. конф. М.: Географический факультет МГУ, 2016. С. 27–34.

15. Национальный атлас Республики Казахстан. 2010. Т. 2. Алматы: Социально-экономическое развитие. 128 с.

16. Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК. 2021. URL: www.stat.gov.kz (дата обращения: 19.08.2021).

17. Шингиз А.О., Калуцкова Н.Н. Рекреационная оценка природных комплексов восточного участка Каркаралинских гор // Ландшафтное разнообразие Каркаралинского района и учебные полевые практики студентов биолого-географических специальностей: сб. материалов междунар. научно-практ. конф. М.: Географический факультет МГУ, 2016. С. 27–36.

18. Atlas of Bacterial and Virus Zoonotic Infections Distribution in Kazakhstan. Almaty, Kazakhstan: M. Aikimbayev´s KSCQZD, 2010. 122 p.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ЧЕРНОМОРСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)

METHODOLOGICAL APPROACHES TO SOCIO-GEOGRAPHICAL ASSESSMENT TOURIST AND RECREATIONAL POTENTIAL OF THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE BLACK SEA REGION REPUBLIC OF CRIMEA OF THE RUSSIAN FEDERATION)

УДК [911.3:338.483.1] (477.75)-047.44

Н.С. Краснокутская, *доцент кафедры географии Луганского государственного педагогического университета, канд. геогр. наук, доцент, nadya_gaev@mail.ru г. Луганск, ЛНР*

© Краснокутская Н.С., 2021

N.S. Krasnokutskaya, *Associate Professor of the Department of Geography of Luhansk State Pedagogical University, PhD, Associate Professor, nadya_gaev@mail.ru Lugansk, LPR*

Ключевые слова: регион; оценка; методика; общественно-географический анализ; классификация; ресурсы; факторы; туристско-рекреационный потенциал.

Keywords: region; assessment; methodology; socio-geographical analysis; classification; resources; factors; tourist and recreational potential.

Обозначена актуальность развития индустрии отдыха как важной составляющей регионального хозяйственного комплекса. Отмечена необходимость применения адресного подхода для эффективного планирования и управления рекреационной деятельностью в регионе, что предполагает оценку в нем возможностей для развития рекреационных услуг. Проведен анализ ряда авторских методик оценки туристско-рекреационного потенциала. На основе системного подхода предложена методика общественно-географической оценки туристско-рекреационного потенциала региона на примере Черноморского района Республики Крым РФ.

The article outlines the relevance of the development of the recreation industry as an important component of the regional economic complex. The need to apply a targeted approach for effective planning and management of recreational activities in the region is noted, which implies an assessment of opportunities for the development of recreational services. The analysis of a number of author's methods of assessing the tourist and recreational potential is carried out. On the basis of a systematic approach, a method is proposed for the socio-geographical assessment of the tourist and recreational potential of the region on the example of the Black Sea region of the Republic of Crimea of the Russian Federation.

Обеспечение высокой функциональности туристско-рекреационного комплекса региона способствует положительному

преобразованию всего его внешнего облика: транспортной и социальной инфраструктуры, архитектурной планировки, культурного и исторического наследия, совершенствованию сервиса обслуживания и проч. Ныне туризм и рекреация становятся обязательными индикаторами высоких стандартов уровня и качества жизни населения. В этом контексте развитие туристско-рекреационной деятельности является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития всякого региона (страна, район, город).

В современных условиях планирование рекреационной деятельности и управление ее развитием определяет перспективность программного подхода в соответствии с установленными стратегическими целями и задачами национальной политики в этой сфере. Возможности развития рекреации и туризма определяются непосредственно туристско-рекреационным потенциалом (далее – ТРП) территории, который оценить достаточно сложно. Каждая территория располагает множеством характеристик, в той или иной мере определяющих ее туристскую привлекательность (или же наоборот). Недостаточный учет ТРП территории сдерживает возможности социально-экономического развития региона.

Республика Крым РФ – это территория, располагающая значительным ТРП и возможностью предоставлять населению рекреационные услуги на базе местных ресурсов. К тому же в современных условиях основой гарантии устойчивого развития Крыма служит усиление роли рекреационной отрасли в экономике региона. В этом контексте все большее значение приобретает совершенствование и оптимизация рекреационной деятельности в каждом из отдельных административных регионов Республики Крым РФ.

Все вышеизложенное определило актуальность и цель нашей статьи.

Цель исследования – изучить методические подходы к общественно-географической оценке туристско-рекреационного потенциала региона на примере Черноморского района Республики Крым РФ.

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов в сфере

геоэкологии, рекреационной географии и географии туризма, среди которых особо важно отметить В.С. Преображенского, Ю.А. Веденина, Н.С. Мироненко, Л.Н. Мухину, В.Б. Нефедову, В.А. Квартального, И.Т. Твердохлебова, И.В. Зорина, Б.И. Кочурова, В.Н. Жердева, Т.В. Зязину, В.С. Боголюбова, С.А. Севастьянову, В.П. Чижову, Л.И. Егоренкова, А.Н. Петина и др. Анализ литературных источников по оценке ТРП региона свидетельствует о том, что учеными предложено множество методик оценки ТРП территории. Однако всякая методика оценки ТРП должна быть адаптирована к конкретному региону.

Условия для развития рекреации и туризма на исследуемой территории в первую очередь определяются общественно-географической ситуацией, при анализе которой учитываются рекреационно-географическое положение, доступность территории потребителям туристско-рекреационных услуг, общий уровень социально-экономического развития территории, наличие общехозяйственной инфраструктуры, включая социальную, место туристско-рекреационного комплекса в хозяйственном комплексе территории, атмосфера гостеприимства и проч.

Оценка ТРП территории является важной основой оптимизации проектирования размещения и развития туристско-рекреационных систем. Развитие данного научного направления в отечественной науке ведется более 40 лет. В рамках исследования текущей проблематики нами был проведен анализ методик оценки ТРП, таких как методика оценки туристического потенциала Е.Ю. Колбовского [1]; покомпонентная оценка туристско-рекреационных ресурсов А.В. Дроздова [2] и О.Е. Афанасьева [3]; методика интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала территории Ю.А. Худеньких [4]; диагностика потенциала туристского кластера А.Г. Воронина [5]; факторная методика Н.Н. Лысенко [6]; методика оценки рекреационного потенциала М.Д. Шарыгина [7].

Комплексный теоретико-методологический анализ методик оценки ТРП позволил определить важность системного похода. В частности, при использовании системного подхода

ТРП может быть представлен как совокупность частных потенциалов: природного, культурно-исторического, социально-экономического и др., возникающих в результате хозяйственного освоения ресурсов территории и определяющих возможности и условия их туристско-рекреационного использования.

В итоге наибольшей привлекательностью обладают территории с максимально широкими возможностями развития рекреационных услуг, оставляющих право выбора вида отдыха за человеком. Рекреационная ценность территории снижается по мере уменьшения разнообразия компонентов ландшафта, имеет наименьшую значимость при монотонном рельефе, суровом климате, длительно ограничивающем пребывание на открытом воздухе, при дефиците воды, скудно представленной флоре, фауне и отсутствии объектов историко-культурного наследия. Соответственно, эффективная реализация ТРП территории возможна при комплексном анализе его ресурсной составляющей, территориальном сочетании ресурсов и условий их реализации.

Главной целью изучения ТРП региона является то, что его оценка производится с позиции развития рекреационного хозяйства и туризма как сектора экономики, которые выступают в качестве субъекта оценки.

Методика оценки ТРП Черноморского района Республики Крым РФ включает такие основные этапы:

1. Сбор и первичный анализ материалов.
2. Определение и группировка рекреационных ресурсов и условий, определяющих ТРП региона.
3. Разработка критериев и шкалы оценки ТРП региона.
4. Выбор критериев и шкал оценки по каждой составляющей рекреационного ресурса.
5. Унификация шкал оценки каждого рекреационного ресурса к 4-балльной шкале оценки ТРП региона.
6. Определение специализации региона по видам туризма и рекреационной деятельности.

Этап 1. Анализ многочисленных литературных источников позволил установить, что существует множество методических подходов к оценке ТРП региона, которые были апробированы и имеют практическое применение ныне. Все суще-

ствующие методики оценки ТРП региона можно разделить на три вида: количественные, качественные и смешанные. При этом количественные методики предполагают выбор статистических показателей, которые после математико-статистических процедур позволяют дать сравнительную оценку ТРП региона по отдельным составляющим возможностей реализации рекреационной деятельности.

Основной целью осуществления количественной оценки ТРП является установление возможностей и уровня использования отдельных составляющих компонентов туристских ресурсов региона.

Качественная оценка ТРП региона производится на основе субъективных оценок как самих потребителей рекреационных услуг, так и экспертов в сфере туризма и отдыха. Качественная оценка ориентирована на установление ценности (визуально-эстетической, познавательной, оздоровительной, культурной и проч.) отдельных рекреационных ресурсов или их составляющих с позиции возможности развития в регионе сферы туризма и отдыха.

Смешанная методика оценки предполагает сочетание в себе качественной и количественной оценки ТРП региона отдельных составляющих рекреационных ресурсов в зависимости от наличной информации. Основными критериями отбора показателей оценки являются объективность и доступность. Именно смешанная методика оценки предложена в данном научном исследовании для осуществления общественно-географической характеристики ТРП Черноморского района Республики Крым РФ.

Этап 2. В нашем исследовании смешанная оценка производится на основе ресурсного методического подхода, согласно которому под «туристско-рекреационным потенциалом территории понимается совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности» [8, с. 69; 9, с. 16].

В качестве основного метода оценки использован метод классификации. Классификация – это «группировка изучаемых объектов по совокупностям (классам), различающимся

между собой преимущественно количественными признаками, а наблюдаемое при этом качественное различие между соседними классами отражает, как правило, динамику развития объектов или их иерархический порядок» [8, с. 80].

Суть метода заключается в разделении набора объектов на группы, в которых объекты максимально «похожи» друг на друга. Количество групп при таком подходе может быть как задано заранее, так и определяться в процессе анализа данных путем выделения «естественных» групп. В этой связи рекреационный потенциал определялся как совокупность рекреационных ресурсов территории, их территориальных сочетаний и условий, активизирующих или лимитирующих развитие рекреации.

Текущим исследованием предполагается оценка рекреационных ресурсов, которые объединены в три группы: 1) природно-географические; 2) культурно-исторические; 3) социально-экономические.

Этап 3. Одной из главных составляющих оценки ТРП региона является разработка параметров оценочных шкал градаций. Она имеет синтетический характер, так как в этих шкалах и заключается оценка. Шкалы показывают оценочные отношения между субъектом и объектом [10, с. 40].

Важным правилом оценки ТРП региона является то, что независимо от собственно качественных или количественных характеристик рекреационного ресурса (фактора) на одном и том же таксономическом уровне исследователь обязан применять одно и то же основание деления [8, с. 103]. В соответствии с этим правилом в нашем исследовании применена четырехуровневая шкала балльной оценки (от 0 до 4): 0 – неблагоприятно; 1 – малоблагоприятно; 2 – умеренно благоприятно; 3 – благоприятно. Каждая ступень является показателем интенсивности взаимодействия свойства данного объекта с состоянием субъекта.

Этап 4. Критерии и шкалы оценки выбирались для каждой составляющей ТРП региона.

Оценка ТРП природных ресурсов. Природная среда региона рассматривается как туристско-рекреационный ресурс природного генезиса. Оценка этой группы ресурсов включает

оценку геолого-геоморфологического строения, климатических условий, гидрологических особенностей, контрастности ландшафтов, наличия особо охраняемых природно-заповедных территорий. В качестве критериев оценки составляющих природных ресурсов применяются критерии, предложенные в исследованиях других авторов, а именно:

- оценка рельефа для лечебно-оздоровительного отдыха по критериям, приведенным в табл. 1;
- оценка рельефа по визуально-эстетической выразительности рельефа по критериям, приведенным в табл. 2;
- оценка климатических условий относительно теплового состояния человека по критериям, приведенным в табл. 3;
- оценка водоемов для купания по критериям, приведенным в табл. 4;
- оценка ландшафтного разнообразия по критериям, приведенным в табл. 5;
- оценка степени контрастности основных пар природных комплексов по критериям, приведенным в табл. 6.

Таблица 1

Критерии оценки рельефа для лечебно-оздоровительного отдыха (по Е.В. Колотовой и Е.П. Макаренко [11, с. 56])

Параметр	Степень благоприятности		
	Благоприятный (3 балла)	Умеренно благоприятный (2 балла)	Неблагоприятный (0 баллов)
Глубина расчленения, м	30–60	10–30	Менее 10
Густота расчленения, км	Менее 1	1–3	Более 3
Крутизна склонов, градусов	3–5	5–10	Менее 3, более 10
Наличие оврагов и оползней	Нет	Есть оползни или овраги	Есть оползни и овраги

Таблица 2

Критерии оценки визуально-эстетической выразительности рельефа (по Л.И. Кулаковой и В.А. Осиповой [12, с. 42])

Виды рельефа	Баллы
Ровный	0
Волнистый	1
Слабоволнистый	2
Крупноволнистый	3

Таблица 3

Критерии оценки климатических условий относительно теплового состояния человека [12, с. 43]

Средне-взвешенная температура кожи, ºС	Теплоощущение	Потоотделение, мг/ч	Терморегуляторная нагрузка	Классы погоды	Оценка в баллах
< 34 < 34	Очень жарко, жарко	750 750–400	Чрезмерная, большая	4-Т 3-Т	0
< 34	Очень тепло	400–250	Умеренная	2-Т	1
33–35	Тепло	250–150	Слабая	1-Т	2
31–33 33–31	Комфортно	150–100	Отсутствует	N	3
30,9–29	Прохладно	0	Слабая	1-Х	2
28,9–27	Холодно	0	Умеренная	2-Х	1
26,9–23 > 23	Очень холодно, крайне холодно	0 0	Большая, чрезмерная	3-Х 4-Х	0

Таблица 4

Критерии оценки водоемов для купания [12, с. 40]

Ширина зоны мелководья, м		Литология донного грунта в зоне мелководья		Число летних дней со среднесуточной температурой		Скорость течения, м/с		Площадь водной прибрежной растительности, в % на 100 м периметра воды	
Характеристика	Оценка в баллах	Характеристика	Оценка в баллах	Характеристика	Оценка в баллах	Характеристика	Оценка в баллах	Характеристика	Оценка в баллах
5–10	3	Песчаный	3	80	3	0	3	0	3
10–20	2	Мелкогравийный	2	60–80	2	0–1	2	0–10	2
20–40	1	Валунный	1	50–60	1	1–2	1	10–50	1
40–100	0	Глинистый	0	30–50	0	2–3	0	50–80	0
100	0	Илистый	0	30	0	3	0	80	0

Таблица 5

Критерии оценки ландшафтного разнообразия [12, с. 40]

Количество ландшафтных контуров в единице площади	Оценка в баллах
4–16	1
17–32	2
33–48	3

Таблица 6

Критерии оценки степени контрастности основных пар природных комплексов (по Веденину, Филипович [12, с. 40])

Пары природных комплексов	Оценка в баллах
Лес – водоем	3
Лес (поле) – водоем	2
Лес – луг (поле)	2
Кустарниковые заросли – луг (поле)	1
Лес – кустарниковые заросли	1
Поле – луг	1

Природные условия эффективного использования ТРП региона включают также экологические условия, определяемые через совокупную характеристику экологической обстановки на исследуемой территории, а также площади, разнообразия и рекреационного освоения системы особо охраняемых природных территорий (далее – ООПТ) в регионе.

В качестве количественного показателя оценки этой составляющей природного ресурса выбран такой показатель, как удельный вес площади занимаемой ООПТ в % к общей площади района (Черноморского района Республики Крым РФ).

Поскольку описание ТРП какого-либо объекта, как правило, предполагает и оценку этого потенциала, и последующее сравнение полученных результатов с потенциалом другого объекта (территории), то в нашем исследовании для сравнения взяты средние значения показателей рекреационного потенциала по Республике Крым. В этом контексте методикой оценки текущего исследования предложено в качестве критериев оценки всех количественных показателей использовать критерии оценки индикаторов рекреационных ресурсов по шкале, приведенной в табл. 7.

Таблица 7

Критерии оценки рекреационных ресурсов Черноморского района Республики Крым РФ по индикаторам (количественным показателям)

Значения индикатора (показателя) оценки в Черноморском районе относительно среднего значения по Республике Крым	Оценка в баллах	Шкала оценки предпосылок для развития рекреации по градациям
Отсутствует значение	0	Неблагоприятно
Значение ниже среднего	1	Малоблагоприятно
Среднее значение	2	Умеренно благоприятно
Значение выше среднего	3	Благоприятно

Важно отметить, что представленные параметры оценки природных рекреационных ресурсов можно разделить на активизирующие и лимитирующие туристско-рекреационное освоение территории (продолжительность безморозного периода, ландшафтное разнообразие территории и др.). Причем есть прямая зависимость между величиной значения параметра и степенью благоприятности показателя для целей рекреации и туризма. Так, чем больше доля солнечных дней, тем более широкий набор рекреационных занятий (циклов рекре-

ационной деятельности) можно осуществить на территории субъекта [8, с. 86].

Оценка ТРП культурно-исторических ресурсов. Культурно-исторические рекреационные ресурсы раскрывают емкость объектов культурно-познавательного туризма, характер их использования, значимость, семантическую ценность и доступность для аудитории [8, с. 74]. В отличие от природных факторов, историко-культурный фактор сочетает характерные черты движимости и недвижимости. Движимую группу составляют памятники искусства, археологические находки, минералогические, ботанические и зоологические коллекции, документальные памятники и другие вещи, предметы и документы, которые можно легко перемещать. Потребление рекреационных ресурсов этой группы связано с посещением музеев, библиотек и архивов, где они обычно концентрируются [8, с. 48]. В качестве оценочных показателей культурно-исторических ресурсов Черноморского района Республики Крым РФ в соответствии с наличной статистической информацией были определены такие, как:

- количество объектов экскурсионного показа в расчете на 100 кв. км площади региона;
- количество культовых сооружений в расчете на 100 кв. км площади региона;
- количество объектов культурного наследия в расчете на 100 кв. км площади региона;
- количество культурно-развлекательных учреждений в расчете на 100 кв. км площади региона.

Оценка культурно-исторических ресурсов по количественным показателям, как уже было отмечено выше, производится в соответствии с критериями оценки индикаторов рекреационных ресурсов по шкале, приведенной в табл. 7.

Оценка ТРП социально-экономических ресурсов. Социально-экономические ресурсы развития туристско-рекреационной деятельности в регионе включают совокупность условий социальной и экономической среды региона. К социально-экономическим ресурсам, влияющим на развитие рекреации и туризма, можно отнести:

- экономико-географическое положение принимающей территории (положение по отношению к туристским рынкам, транзитные возможности);

• экономический уровень принимающей страны и стран, являющихся для нее основными поставщиками туристов;

• социальный и профессиональный состав населения, определяющий достаточное число квалифицированных кадров для организации приема туристов;

• наличие туристской инфраструктуры и фондов размещения, развитие международных и внутренних коммуникаций, совершенствование транспортных средств;

• конкретный для данной территории уровень цен на рекреационные ресурсы, услуги средств размещения, транспорта, общественного питания и т.д.

Наряду с качественными характеристиками социально-экономических ресурсов проводится оценка составляющих этой группы факторов по отдельным количественным показателям. Методикой текущего исследования для оценки социально-экономических рекреационных ресурсов определены следующие статистические показатели:

• уровень рентабельности «+» (убыточности «–») деятельности предприятий в % чистой прибыли (убытка) к выручке;

• инвестиции в основной капитал региона в % к общему объему инвестиций Республики Крым РФ;

• количество коллективных средств размещения (гостиницы, отели, пансионаты, санатории, базы отдыха и т.д.) в расчете на 1000 жителей региона;

• количество койко-мест в коллективных средствах размещения в расчете на 1000 жителей региона;

• протяженность автомобильных дорог общего пользования в км на 100 кв. км площади региона;

• доля дорог, не отвечающих нормативным требованиям, в %;

• удельный вес дорог с твердым покрытием в %;

• удельный вес городских поселений в районной системе расселения в % к общему количеству населенных пунктов;

• удельный вес городского населения в % к общей численности жителей региона.

Шкалой оценки количественных показателей социально-экономических ресурсов Черноморского района Республики Крым РФ служат критерии, приведенные в табл. 7.

Этап 5. Следует обратить внимание на то, что в методике оценки ТРП Черноморского района Республики Крым РФ применяются несколько разные шкалы, качественные и порядковые характеристики оценок рекреационных ресурсов, которые для расчета интегрального показателя предлагается также унифицировать по 4-балльной шкале оценки ТРП региона.

Этап 6. На основе анализа унифицированных показателей-индикаторов оценки рекреационных ресурсов устанавливаются приоритетные направления специализации по видам туризма и рекреационной деятельности Черноморского района Республики Крым РФ.

Выбранная методика оценки ТРП Черноморского района Республики Крым РФ ориентирована на комплексную оценку природных ресурсов региона с целью развития здесь туризма и отдыха. Предложенная модель общественно-географического изучения ТРП развития не является совершенной. Однако она, на наш взгляд, позволяет уже в первом приближении дать оценку отдельным составляющим туристско-рекреационных ресурсов, определяющих ТПР региона.

Литература и источники

1. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Академия, 2006. 232 с.

2. Дроздов А.В. Туристские ресурсы и туристский продукт национальных парков России. М.: Экоцентр «Заповедники», 2000. 61 с.

3. Афанасьев О.Е. Методика оценки туристско-рекреационных ресурсов зависимых стран и территорий мира // Сервис plus. 2016. № 2. Т. 10. С. 54–63.

4. Худеньких Ю.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края // География. 2006. № 2. С. 217–230.

5. Воронин А.Г. Искусство управления населенной территорией. М.: Финансы и статистика, 2014. 160 с.

6. Климанова О.А., Шабалина Н.В. Географические аспекты туристского страноведения // География туризма. 2008. С. 306–311.

7. Шарыгин М.Д. Природно-ресурсный потенциал и его оценка // Эко. 1995. С. 108–118.

8. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.

9. Кружалин В.И. Теоретические и практические аспекты развития туризма и рекреации в России // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: тр. VI междунар. научно-практ. конф. (Санкт-Петербург, 27–28 апреля 2011 г.). СПб.: Д.А.Р.К., 2011. С. 16–23.

10. Рекреация – социально-экономические и правовые аспекты / отв. ред. В.К. Мамутов, А.И. Амоша. Киев: Наукова думка, 1992. 432 с.

11. Макаренко Е.П. Рекреационно-экологическая оценка рельефа как ведущего фактора развития туризма (на примере Томского района) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 2 (62). Т. 7. С. 115–120.

12. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М.: Изд-во Московского ун-та, 1981. 207 с.

ПРАВОСЛАВНОЕ ПАЛОМНИЧЕСТВО: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

ORTHODOX PILGRIMS: HISTORY AND MODERN TIME

УДК 338.48:2

С.А. Лавренова, *аспирант Общецерковной аспирантуры и докторантуры им. святых равноапостольных Кирилла и Мефодия, svetosha222@mail.ru*
г. Москва, Россия
S.A. Lavrenova, *Postgraduate Student of Ss Cyril and Methodius School of Post-Graduate and Doctoral Studies, svetosha222@mail.ru*
Moscow, Russia

© Лавренова С.А., 2021

Ключевые слова: православное паломничество; странничество; поклонничество; богомолье; Русская Православная Церковь; культура; история; духовность.

Keywords: Orthodox pilgrimage; pilgrimage; worship; pilgrimage; Russian Orthodox Church; culture; history; spirituality.

Рассматривается история паломничества. Паломничество – феномен междисциплинарный, имеющий несколько измерений – богословское, антропологическое, социальное, культурное. Названы ключевые различия между православным паломничеством и православным туризмом. Выделены четыре смысловых аспекта паломнической деятельности: духовный, познавательный, психологический и социальный.

The article is devoted to the history of the pilgrimage. Pilgrimage is an interdisciplinary phenomenon that has several dimensions – theological, anthropological, social, and cultural. The paper identifies the key differences between Orthodox pilgrimage and Orthodox tourism. Four semantic aspects of the pilgrimage activity are highlighted: spiritual, cognitive, psychological and social.

В последние десятилетия в России, как и во всем мире, наметилась тенденция обращения к традиционным ценностям, в том числе духовным. К явлениям, объединяющим эти культурные процессы, можно отнести феномен паломничества, которое зародилось в глубокой древности и сыграло огромную роль в становлении и развитии как локальных цивилизаций древности, так и мировой цивилизации в целом.

В настоящее время православное паломничество – одно из наиболее активно развивающихся культурных явлений. В определенной мере оно соприкасается с туризмом, в свое время выросшим из паломнических странствий. Наряду с другими видами путешествий паломничество соотносится с различными сферами экономической, социальной и культурной жизни общества. В современном паломничестве гармонично объединяются глубокие исторические традиции с культурными тенденциями сегодняшнего дня.

Паломничество – феномен междисциплинарный, имеющий несколько измерений – богословское, антропологическое, социальное, культурное. Изучение этого явления осуществляется на пересечении теологии, религиоведения, религиозной философии, истории, социологии, этнографии, культурологии, психологии, педагогики, географии и т.д. Достаточно разработанной является история христианского паломничества.

Оживлению православного паломничества в России способствует ряд причин, из которых основными являются следующие:

- высокий культурно-исторический потенциал страны (наличие множества православных святынь);
- относительно невысокая стоимость поездок, организуемых паломническими службами;
- стремление современного человека к духовному совершенствованию [6].

Итак, паломничество – это путешествие к святым местам. Паломничество в православном христианстве часто называют «православным туризмом», что не совсем верно, потому что паломничество не очень похоже на туристический поход. Паломники отправляются в путь ради молитвы, общения с Богом и возможности увидеть православные святыни. К такому путешествию надо духовно подготовиться. Часто паломники преодолевают трудности, держат пост, специально берут определенные обеты. Многие едут в паломничество, чтобы потрудиться в монастыре или ради миссионерской деятельности, по пути рассказывая о Христе.

Другими словами, между этими видами путешествий существуют принципиальные отличия, основное из которых – различные цели поездки. Отправляясь в паломническую поездку, человек преследует в первую очередь религиозные цели. Паломничество в прямом понимании – это посещение святых мест с целью поклонения. Оно связано с совершением богослужений и молитв у чтимых святынь, предполагает подготовку, предварительную духовную работу перед посещением святыни. Всякое посещение святых мест, не связанное с религиозным поклонением, строго говоря, не имеет отношения к каноническому православному паломничеству и может

классифицироваться как экскурсионный туризм религиозной тематики. Основная цель такой поездки – познавательная [6].

В то же время, призывая своих верующих к совершению паломничества, Русская Православная Церковь с уважением относится и к туристам, посещающим христианские святыни. Церковь считает религиозный туризм важным средством духовного просвещения наших соотечественников [3].

Итак, паломничество – древняя традиция, первые паломничества совершались еще в апостольские времена [4]. Сегодня при многих храмах и монастырях существуют специальные паломнические службы. Уже сформировались паломнические традиции.

Современное слово «паломник» восходит к старорусскому «пальмовник», которое, в свою очередь, образовано от латинского palmarius («человек, держащий пальмовую ветвь»). Так первоначально называли богомольцев – участников крестного хода в Святой Земле. Те, кто стремился встретить в Иерусалиме Светлое Христово Воскресение, приходили заранее, чтобы провести в Святом Городе и всю Страстную седмицу. А поскольку Страстной седмице предшествует праздник Входа Господня в Иерусалим (иначе этот праздник называется еще Неделя ваий, или в русской православной традиции – Вербное воскресенье), и основным событием этого дня был крестный ход до стен Иерусалима, то паломники, принимавшие участие в этом шествии, несли пальмовые ветви. Такими же ветвями почти две тысячи лет назад встречали Христа жители Иерусалима. Как правило, помимо различных реликвий, богомольцы брали с собой домой на память и эти пальмовые ветви.

Впоследствии паломниками стали называть богомольцев, путешествующих не только в Иерусалим, но и к другим христианским святыням.

Кроме слова «паломничество», существуют и другие синонимы, определяющие это явление, – странничество, поклонничество, богомолье. Самыми ранними словами для обозначения паломничества и названия участника этого процесса служили слова «странничество» и «странник», встречавшиеся в творениях отцов Церкви, богословской и церковно-исторической литературе. Как правило, странник – это человек, который всю свою жизнь посвятил только хождению по свя-

тым местам, оставив другие занятия, в отличие от богомольца, отправляющегося в конкретное паломничество и после этого ведущего прежний образ жизни. А в России в XIX – начале XX века широко употреблялось именно слово «поклонник». Оно предельно ясно показывает смысл паломничества, который заключается именно в религиозном поклонении святым местам [3].

Обратимся к истокам православного паломничества.

Христианская традиция паломничества имеет давнюю историю – в X веке она уже насчитывала не одно столетие. С самого начала существования Церкви жизнь верующих включала в себя посещение мест, связанных с жизнью Иисуса Христа, его Пречистой Матери, святых апостолов и мучеников. Эти места, бывшие объектами поклонения уже первых христиан, тоже вскоре стали называться святыми. В 325 году император Константин Великий издал указ о строительстве христианских храмов в святых местах: в Вифлееме на месте рождения Спасителя и в Иерусалиме над пещерой Гроба Господня, а территорию Палестины он объявил Святой Землей.

В результате этого к IV веку в Иерусалим и Вифлеем стали стекаться для поклонения главным святыням христианства тысячи богомольцев, положивших начало массовому паломническому движению на Святую Землю. Иерусалим открыл всему миру свои святыни и вернул себе свое древнее название – до Константина, во времена языческих императоров, он назывался Элия-Капитолина. В сознании христиан всего мира Иерусалим стал Святым Городом, местом поклонения Христу [1, с. 145–159].

Богомольцы IV века почитали и святые места, связанные с Ветхим Заветом, посещали места захоронения праведников древности, пророков, царей и библейских патриархов. Местное население стало буквально теряться в море паломников, которые не щадили ни сил, ни средств для увековечения памяти о земной жизни Иисуса Христа. В Палестине было построено великое множество храмов и монастырей, а для нужд странствующих богомольцев Церковь благословила строительство вдоль основных паломнических путей постоялых дворов, гостиниц, приютов, странноприимных домов и охраняемых колодцев.

На VII Вселенском Соборе, ознаменовавшем победу над ересью иконоборчества, было принято определение, согласно которому Богу подобает служение, а иконам следует воздавать поклонение. Это определение, имеющее характер церковного догмата, связано и с темой православного паломничества. Паломники в византийской церковной традиции называются «поклонниками», т.е. людьми, которые совершают путешествие с целью поклонения святыням.

Поскольку определение Вселенского Собора не было принято на католическом Западе, возникла разница и в понимании паломничества внутри христианства. Во многих европейских языках паломничество определяется словом «пилигрим», которое в переводе на русский язык означает только «странник». Паломники в Католической Церкви совершают молитвы на святых местах, однако то поклонение святыням, которое существует в Православной Церкви, в католицизме отсутствует. Это же можно сказать и о протестантах. Поэтому традиции паломнических путешествий к святым местам и вообще сам термин «паломничество» в своем прямом значении относятся прежде всего к православию.

Далее следует сказать о зарождении паломничества на Руси.

Русское православное паломничество ведет свое начало с первых веков распространения христианства в Древней Руси, т.е. с IX–X веков. Таким образом, ему уже более тысячи лет. В 987 году святой равноапостольный великий князь Владимир привез с собой в Киев из Корсуни, места своего крещения, святые иконы и кресты, а также честные мощи святителя Климента, Папы Римского. А первой русской паломницей, как известно из древних источников, можно считать святую равноапостольную великую княгиню Ольгу, которая в 957 году вместе с многочисленной свитой посетила столицу Византийской империи Константинополь. Там находились многочисленные святыни православия, и там же в храме Святой Софии состоялось крещение великой княгини [2].

Игумен Даниил был первым паломником Русской земли, оставившим подробные записи о паломничестве во Святую Землю, которое было совершено им между 1106 и 1108 годами. Сегодня эти записки известны нам как «Хождение».

Многократно записки переписывались, в XIX веке издавались большими тиражами, также были изданы два французских, английский и немецкий переводы. Даниил Паломник основательно описал как святыни Палестины, так и ее географию. «Хождение» послужило примером для последующих паломнических описаний и сегодня является одним из главных произведений литературы Древней Руси в целом [8].

Постепенно на Руси возникли и свои центры паломничества. Путешествие к ним всегда воспринималось как духовный и физический подвиг. Вот почему на поклонение часто отправлялись пешком [3].

В XV веке важнейшим центром паломничества в России являлась Троице-Сергеева лавра. Поклониться преподобному Сергию, игумену Земли Русской, по традиции приходили даже русские цари. Особо посещаемыми центрами паломничества в XIX – начале XX века стали также Оптина пустынь и Саров. Первая стоит своего рода особняком, заняв особое место в русской духовной культуре, прославившись не чудотворными иконами и не нетленными мощами – сюда стекались паломники со всех концов России исключительно ради общения со старцами [8].

В чем смысл паломнической деятельности?

На наш взгляд, можно выделить четыре группы аспектов этого смысла, а именно духовные, познавательные, психологические и социальные аспекты. На каждой из этих групп остановимся отдельно.

Духовные аспекты. Стремление к паломничеству является внешним проявлением богоискательства, свойственного человеческой душе. Мы едем в монастыри и храмы, которые являются местами особенного присутствия Бога. Это означает, что в святых местах нам легче ощутить Божественное присутствие. Поэтому паломнический путь, куда бы он ни вел – в Сергиев Посад или в Шамордино, в Дивеево или на Святую Землю, – это дорога к Богу.

Любой православный святой, на встречу с которым мы направляемся, являет собой пример жизни во Христе. И те монастыри, которые испокон веков служат центрами притяжения народа Божия, населены нашими современниками,

избравшими многотрудный путь служения Христу, поэтому встреча с монахом напоминает нам о Том, ради Кого этот человек оставил мир.

Сердечное устремление к горнему миру при взгляде на отдаленно возвышающийся монастырь выразительно передал А.С. Пушкин:

Туда б, сказав прости ущелью,
Подняться к вольной вышине!
Туда б, в заоблачную келью,
В соседство Бога скрыться мне!..

Монастырь на Казбеке (1829)

В паломничествах люди испытывают на себе действие Божией благодати, сохраняющей и возрождающей духовную жизнь. Именно поэтому мы возвращаемся из паломничеств словно обновленными, исполненными сил для последующей жизни. Господь укрепляет нас для продолжения борьбы со страстями, утверждает во всем добром. Для человека, который пока не встретил своего духовного отца, важна сама встреча со священнослужителем, его живое и участливое слово, его христианская любовь, его совет.

Конечно, духовная составляющая смысла паломнической деятельности является наиболее ценной. Но обратимся теперь и к другим аспектам.

Познавательные аспекты. Паломничества позволяют расширить наши представления о мире и приобрести новые знания о Церкви. Паломнические поездки дают нам живые иллюстрации замечательных памятников архитектуры, иконописи, церковного убранства.

Познавательный процесс, связанный с паломничествами, может и, на наш взгляд, должен иметь отдаленные проявления. Помимо того, что мы узнаем от экскурсовода и что видим своими глазами во время поездки, мы, вернувшись домой, беремся за книги. Так паломничества наводят нас на мысль о том, что полезно знать историю своей страны и историю Русской Православной Церкви. Зная историю, человек приобретает целостный взгляд на прошлое, и ему гораздо

проще понять и запомнить разрозненные факты, которые он узнает из паломнических поездок.

Психологические аспекты. Мы проводим жизнь в ежедневном ритме одних и тех же занятий, в кругу одних и тех же людей, проделываем один и тот же путь на работу и обратно. И время от времени чувствуем усталость от однообразия. Паломничества становятся для нас способом приобретения новых впечатлений, в которых нуждается наша психика. Это благочестивый вид отдыха. Не напрасно психологи ввели в оборот термин «ландшафтотерапия». Красота природы притягивает.

Кроме того, есть еще один аспект паломнических поездок, который можно отнести к области психологии. К священникам, проживающим в монастырях, а особенно к тем, кто в силу тех или иных причин стал известен православному народу далеко за пределами своей обители, идут люди со своими горестями и проблемами, и ждут они под дверью кельи, чтобы хоть ненадолго увидеть батюшку. Батюшка выслушает, утешит, даст совет. Причины понятны: человек не может справиться со своими проблемами сам, он запутался, может быть, оступился, и ему нужна поддержка.

Социальные аспекты. Православный приход как часть Церкви имеет образ семьи со своим отцом – настоятелем – и членами, объединенными совместной молитвой, коллективным трудом (послушаниями), общей трапезой. Организованный отдых может и должен являться одной из составляющих, которые связывают эту семью определенными узами. Паломничество становится совместно прожитым событием для учащихся воскресной школы и других прихожан. Короткий отрезок времени, пока длится поездка, является общей частью жизни, дарит общие впечатления.

В суете житейских и приходских дел мы зачастую не имеем возможности узнать друг друга поближе. Паломничество дает такую возможность. Дорога к святыням занимает как минимум несколько часов, и всякий участник поездки может провести это время в простом человеческом общении. Родители едут с детьми, взрослые учащиеся воскресной школы – со своими товарищами из одной группы или из других групп.

Дети общаются с другими детьми, родители – с другими родителями. Возникают связи товарищества и дружбы. Проявляется простой человеческий интерес друг к другу. В этом заключается немаловажное социальное значение паломнических поездок.

Следовательно, православные паломничества оказывают комплексное, многогранное и сильное воздействие на человека. Та смысловая нагрузка, те впечатления, тот опыт, которые люди выносят из паломнических поездок, служат преобразованию человеческих душ и личностному росту [7].

Таким образом, Крещение Руси было событием огромной исторической важности как в политическом и социальном отношении, так и в культурном. Паломничество по святым местам, неразрывно связанное с самой сущностью православной веры, представляет собой важнейший историко-культурный феномен. Нельзя не отметить позитивное воздействие православного паломничества как на общество в целом, так и на нравственное состояние отдельной личности. В современном паломничестве неразрывно объединены глубокие исторические традиции и культурные тенденции современности. В настоящее время паломничество в рамках православной христианской конфессии переживает период подъема. РПЦ активно поддерживает эту тенденцию в обществе [6].

Паломничество – это подвиг, который по силам каждому человеку. Воцерковленные люди едут в паломничество, чтобы воздать Господу, Пресвятой Богородице, мученикам, приобщиться к святым местам и в молитве напитаться их благодатью. Невоцерковленные – чтобы понять христианство и его основные ценности.

Отправляясь в паломничество, мы ищем большего, нежели имеем в обычной жизни: просветления, успокоения, исцеления души. А еще новых впечатлений и знаний. Для многих после возвращения из паломнической поездки жизнь меняется навсегда.

Благодатная мощь святынь передается молитвам, совершаемым рядом с ними. Молитва в святых местах, где особенно ощущается благодать Божья, имеет огромную силу.

Паломничество на Руси – древняя традиция. И аристократия, и простые люди посещали монастыри, святые места,

связанные с подвигом угодников Божьих, регулярно отправлялись поклониться мощам святых и чудотворным иконам. Некоторые посвящали паломничеству жизнь. Беды, проступки замаливались в паломничестве. Наши предки верили, что такое путешествие укрепляет семейные узы, помогает исцелению от болезней.

К паломникам в нашей стране всегда относились с большим уважением. Считалось, что странники по святым местам несут с собой частичку благодати Божьей, и она может сохранить и избавить от несчастий дом, давший паломнику кров [5].

Литература и источники

1. Житенев С.Ю. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты. М.: Индрик, 2012. 264 с.

2. История православного паломничества. URL: https://foma.ru/istoriya-pravoslavnogo-palomnichestva.html (дата обращения: 27.09.2021).

3. История православного паломничества. URL: https://tonkosti.ru/История_православного_паломничества (дата обращения: 27.09.2021).

4. Как не надо ездить в паломничество. URL: https://www.pravmir.ru/kak-ne-nado-ezdit-v-palomnichestva/ (дата обращения: 27.09.2021).

5. Паломничество и туризм. URL: https://www.ippo.ru/pilgrimage/article/o-razdele-palomnichestvo-i-turizm-402492 (дата обращения: 27.09.2021).

6. Православное паломничество: традиции и современность. Региональный аспект. URL: http://yamal-obr.ru/articles/pravoslavnoe-palomnichestvo/ (дата обращения: 27.09.2021).

7. Смысл православного паломничества. URL: http://pokrovchram.ru/smysl_pravoslavnogo_palomnichestva (дата обращения: 27.09.2021).

8. Соколов М.А. Паломничество как феномен русской культуры. Гносеологический аспект. URL: https://www.sgu.ru/conference/sovremennaya-kulturologiya-0/sokolov-m-palomnichestvo-kak-fenomen-russkoy-kultury (дата обращения: 27.09.2021).

ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТУДЕНТОВ ЧЕРЕЗ ИЗУЧЕНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО КРАЕВЕДЕНИЯ НА ЗАНЯТИЯХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

PATRIOTIC EDUCATION OF STUDENTS THROUGH THE STUDY OF CULTURAL AND HISTORICAL LOCAL LORE AT THE LESSONS OF FOREIGN LANGUAGE

УДК 373.3(045)

Н.М. Мичеева, *старший преподаватель кафедры менеджмента и экономики Западно-Подмосковного института туризма – филиала РМАТ, канд. пед. наук, anchen9@yandex.ru*
г. Одинцово, Московская область, Россия

N.M. Micheeva, *Senior Lecturer West Moscow Region Institute of Tourism (branch of the Russian International Academy of Tourism), PhD, anchen9@yandex.ru*
Odintsovo, Moscow region, Russia

Ключевые слова: краеведение; процесс обучения иностранному языку; методы и формы обучения; диалог культур; воспитание патриотизма и нравственности.

Keywords: study of local lore; the process of teaching a foreign language; methods and forms of teaching; dialogue of cultures; education of patriotism and moral education.

Поднимается проблема патриотического воспитания студентов на современном этапе через изучение культурно-исторического краеведения на занятиях иностранного языка. Использование краеведческого материала по истории и культуре является важным в процессе обучения иностранным языкам, который способствует формированию лингвистически компетентного обучающегося и воспитанию гражданственности и патриотизма, готовит к будущей профессии.

© Мичеева Н.М., 2021

This article raises the problem of patriotic education of students at the present stage through the study of cultural and historical local history in the classroom of a foreign language. The use of local history material on history and culture is an important process of teaching foreign languages, which contributes to the formation of a linguistically competent student and the education of citizenship and patriotism, prepares for the future profession.

Воспитание патриотизма, интернационализма и толерантности является частью государственной политики. К сожалению, события последнего времени в политике, экономике и культуре России подтверждают очевидность все более заметной утраты нашим обществом традиционного российского патриотического сознания [14].

Среди представителей научного сообщества России есть мнение, что современный мир утратил былую систему ценностей, что они (ценности) утратили былое влияние [1]. Поэтому в последнее время мы наблюдаем снижение уровня духовной культуры молодежи. Молодые люди считают примером для подражания циничного человека без определенной культуры, но преуспевающего, обогатившегося любыми способами.

Мы все вошли в какую-то другую цивилизацию за последние годы. Этот мир, в котором мы сейчас оказались, не такой, как во все предыдущие тысячелетия [14]. Молодежь, с которой мы сейчас работаем, совсем другая, потому что они живут совсем в другом мире. Задача для нас, преподавателей, – не упустить возможность сохранить те ценности, которые передавались из поколения в поколение, воспитать гражданскую позицию и нравственные качества молодежи [1; 5; 6; 7], вдохновлять молодежь на активную созидательную позицию в обществе, формировать осмысленно-позитивные ценности и качества, способность проявить их на благо Отечества.

Большие возможности по воспитанию чувства патриотизма, нравственных качеств личности открываются преподавателям многих дисциплин в Западно-Подмосковном институте туризма (филиале РМАТ).

Давайте рассмотрим, как эти возможности используют преподаватели иностранного языка. Большую роль играет

коммуникативная направленность предмета, его обращенность к изучению быта, обычаев, культуры другого народа – носителя языка. Изучение чужой культуры посредством языка становится возможным только на сформированной национально-культурной базе родного языка.

Отрадно отметить, что характерной чертой последних лет в нашем институте стала тяга к изучению истории и культуры своего края. Студентов, начинающих свой путь познания истории края, увлекают многие, не всегда простые, вопросы. Наш край – их родина, здесь они родились, здесь учатся, живут и хотят знать все досконально [8].

Обращение к материалам краеведческого характера приближает иноязычную коммуникацию к личному опыту обучающихся, позволяет изучать факты и сведения, с которыми они сталкиваются в повседневной жизни. При выборе краеведческого материала учитываются реальность материала (т.е. они должны точно представлять, о ком или чем идет речь), заинтересованность студентов в материале, привязанность материала к программной теме, социализирующая его ценность.

Такие темы, как географическое положение, климат, природные ресурсы стран, символика, мой родной город, образование, культура и искусство, традиции и обычаи, национальные виды спорта, города России и страны изучаемого языка, выдающиеся люди родной страны и страны изучаемого языка, внесшие значительный вклад в развитие культурных и научных достижений нашей цивилизации, изучаются не изолированно, они включены в соответствующие разделы учебников и пособий.

Ежегодно в ЗПИТ в марте проходит «Неделя иностранного языка». В рамках этой недели проводятся конференции на английском и немецком языках. В этом году прошел круглый стол на тему «Иностранные языки в сфере профессиональной коммуникации». С докладами, помимо студентов ЗПИТ, выступили учащиеся МБОУ «Голицынская СОШ № 1» и МБОУ «Большевяземская гимназия». При прохождении страноведческого квеста на английском языке «How well do you know English?» учащиеся поразили своими глубокими знаниям в истории и традициях Великобритании и приятно удивили комиссию уровнем владения английским языком. А при уча-

стии в викторине по краеведению «История Больших Вязем» (на английском языке) спикеры продемонстрировали великолепные знания в истории родного края.

Прошли мероприятия, посвященные 220-летию со дня рождения А.С. Пушкина, 75-летию Победы в Великой Отечественной войне; занятия, посвященные писателям – участникам Великой Отечественной войны (А. Тарковскому, А. Гайдару), 110-летию со дня рождения А.Т. Твардовского, мероприятия по знакомству с биографией и творчеством писателей и поэтов, бывавших, живших и писавших свои произведения в Доме творчества в Голицыно (А. Ахматовой, М. Цветаевой, А. Куприна, А. Макаренко, А. Гайдара, М. Джалиля и др.) [10]. Имена этих людей связаны с нашим краем.

Александр Пушкин начиная с пяти лет каждое лето приезжал в Захарово в усадьбу бабушки Марии Алексеевны Ганнибал, провел здесь счастливые годы своего детства, вместе с семьей каждое воскресенье посещал Преображенский храм и дальних родственников князей Голицыных в Больших Вяземах [10].

Сегодня в усадьбах Большие Вяземы и Захарово находится музей-заповедник А.С. Пушкина.

Западно-Подмосковный институт туризма активно сотрудничает с Государственным музеем-заповедником А.С. Пушкина. Проводя занятия в музее по дисциплинам «История», «Культурология», «Основы экскурсионной деятельности», «Зарубежное страноведение», «Иностранный язык», мы так или иначе обращаемся к краеведению. И нет необходимости доказывать важность воспитания любви к родному краю, к родной культуре, желания стать разносторонне развитым специалистом в своей будущей профессии.

Музей-заповедник А.С. Пушкина – уникальный в своем роде. В нем работает интерактивная экспозиция «Ожившие картины», включающая инсталляции с историческими личностями, которые когда-то бывали в усадьбе. Они рассказывают посетителям истории своей жизни и тайны усадебного дома. В создании проекта приняли участие актеры театра и кино Анатолий Белый и Евгений Стычкин. Уникальна инсталляция «Пушкин в зеркале», где интерактивный гид предлагает осмотреть старинное зеркало у входа. Когда гости подходят

к нему, за стеклом появляется Александр Пушкин и приветствует посетителей. Открытие экспозиции «Ожившие картины» во дворце стало первым этапом цифровизации музея [10].

На практических занятиях по дисциплине «Основы экскурсионной деятельности» на базе музея успешно проходят темы по «Классификации методических приемов экскурсии», «Технике ведения экскурсии», по «Профессиональному мастерству экскурсовода».

На занятиях по иностранному языку студенты рассказывают стихи Пушкина на французском, английском, немецком языках, знакомятся с биографией его бабушки Марии Алексеевны Ганнибал, демонстрируют сценки из произведений А.С. Пушкина на иностранном языке.

В год 220-летия А.С. Пушкина прошло открытое интерактивное занятие с использованием технологии диалога культур [15] «Потомки А. Пушкина в Великобритании». Так случилось, что самый молодой потомок А.С. Пушкина, пра-праправнук его младшей дочери Натальи Александровны Пушкиной Хью Гросвенор в 25 лет стал седьмым герцогом Вестминстера после скоропостижной смерти своего отца Джеральда Гросвенора в августе 2016 года.

Исследовав родословную потомков Натальи Александровны Пушкиной, вышедшей замуж за немецкого принца Николая Вильгельма фон Нассау, мы подобрали такой материал, из которого обучающиеся почерпнули знания о традициях, быте, об истории и о людях своей страны и страны изучаемого языка; использовали такие упражнения, которые способствовали развитию у них умений сопоставлять факты и делать выводы [9]. Так российская история переплелась с немецкой и британской. У обучающихся появляется интерес глубже изучить свой край, его культуру, обычаи и традиции [4].

В апреле 2021 года студенты первого и второго курсов СПО получили неоценимый опыт общения на иностранном языке. Они участвовали в онлайн-уроке с Голицынской СОШ № 2 по теме «Туризм и путешествия» на английском языке. Урок проходил в виде дискуссии.

На интегрированных занятиях по иностранному языку и истории, которые мы проводили с преподавателем исто-

рии Е.В. Гусевым, мы обращались к темам по иностранному языку «Посещение музея» и по истории «Смутные времена», «Петровские преобразования», «Отечественная война 1812 года». Эти места связаны с ключевыми событиями в истории России.

Ежегодно в День туризма (27 сентября) в Западно-Подмосковном институте туризма преподаватели иностранного языка Ю.В. Гришина и Н.М. Мичеева проводят краеведческую викторину по историко-культурному наследию Больших Вязем, в которой принимают участие как студенты, так и обучающиеся школ и гимназий р.п. Большие Вяземы, г. Голицыно, д. Малые Вяземы [8].

Можно отметить определенные достижения в сфере развития культурно-исторического туризма и краеведения в р.п. Большие Вяземы, а именно ежегодное проведение фестивалей, ставших брендами р.п. Большие Вяземы и привлекающих из года в год все большее количество человек из соседних регионов. Наиболее крупными фестивалями являются:

- традиционный «Пушкинский фестиваль в Больших Вяземах и Захарово»;
- детский конкурс-фестиваль «Пушкин. Музей. Лето!»;
- фестиваль-конкурс «Пушкинский театральный карнавал» [10, 12].

Во всех этих мероприятиях наши студенты являются активными помощниками в их организации на протяжении многих лет.

Музей-заповедник А.С. Пушкина является крупнейшим по приему туристов и экскурсантов объектом туристского показа в р.п. Большие Вяземы [12].

Люди видят в культурном наследии [3; 6; 7; 13] преимущества, которые влияют на качество их жизни. Историко-культурное наследие:

- поддерживает самооценку и гордость жителей и способствует социальной сплоченности;
- добавляет местности визуальную привлекательность;
- предоставляет возможности для проведения досуга, особенно семейного;
- поддерживает местную экономику, привлекая туристов и создавая новые рабочие места [2].

И будущие специалисты по туризму, обучающиеся в ЗПИТ, своим участием делают вклад в развитие туризма.

Одним из направлений социально-экономического развития р.п. Большие Вяземы является культурно-исторический (познавательный) туризм. Поэтому для студентов ЗПИТ р.п. Большие Вяземы с его объектами архитектурного наследия являются прекрасной «учебной мастерской», где они знакомятся с историко-культурным наследием [13] этого места и будут стремиться сберечь культурную его ценность для будущего. Использование краеведческого материала по истории и культуре является важным элементом обучения иностранным языкам, который способствует формированию лингвистически компетентного обучающегося и воспитанию гражданственности и патриотизма, готовит к будущей профессии [4].

Следует отметить, что это вносит значительный вклад в социальное воспитание молодого поколения и формирование его гражданско-патриотической позиции.

Литература и источники

1. Астахин А.С., Чистяков М.С. Патриотические ценности в гражданско-правовом поле реформирования России // Материалы регион. научно-практ. конф. «Эффективность деятельности органов государственного и муниципального управления: состояние, проблемы и перспективы». Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2017. С. 16–22.

2. Боголюбов В.С. Организация специальных видов туризма. СПб.: ГИЭУ, 2018. 378 с.

3. Веденин Ю.А. Развитие туризма в контексте сохранения и эффективного использования культурного и природного наследия России // Туризм и региональное развитие. 2020. № 1. С. 5–16.

4. Вылегжанина Е.А., Фоминская С.П. Использование краеведческого материала в процессе обучения иностранному языку // Молодой ученый. 2018. № 3 (189). С. 186–188.

5. Клемяшова Е.М. Технологии и условия приобщения детей и молодежи к культурному наследию // Журнал педагогических исследований. 2018. № 1. С. 79–92.

6. Кругликова Г.А. Роль историко-культурного наследия в воспитании молодежи // Историко-педагогические чтения. 2018. № 22. С. 37–41.

7. Лукина А.В. Проблема сохранения объектов культурного наследия // Проблемы науки. 2018. № 2 (26). С. 74–78.

8. Мичеева Н.М., Золкин А.Л., Чистяков М.С. Гражданско-патриотическое воспитание подрастающего поколения через изучение культурно-исторического краеведения // Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России: сб. ст. XI Междунар. научно-практ. конф. Пенза: РИО ПГАУ, 2021. С. 112–120.

9. Пелеванюк Е.Н. Воспитание патриотизма на уроках английского языка // Эксперимент и инновации в школе. 2015. № 2. С. 18–19.

10. Сайт Государственного историко-литературного музея-заповедника А.С. Пушкина. URL: http://www.museum-gol.ru (дата обращения: 05.06.2021).

11. Сологубова С.А. Архивы и музеи как ключевое звено в сохранении историко-культурного наследия региона // Вестник науки. 2020. № 5. С. 71–74.

12. Туристический портал поселка Большие Вяземы. URL: https://www.tourister.ru/world/europe/ russia/city/odintsovo/placeofinterest/26493

13. Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации: федер. закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ // Доступ из СПС «Гарант».

14. Черниговская Т.В. Лекция «Как научить мозг учиться» // Лекторий «Прямая Речь». URL: https://www.livelib.ru/author/669365/top-tatyana-chernigovskaya (дата обращения: 05.06.2021).

15. Шаронова Н.И. Патриотическое воспитание на уроках английского языка. URL: https://infourok.ru/doklad-na-temu-patrioticheskoe-vospitanie-na-urokah-angliyskogo-yazika-305119.html (дата обращения: 27.09.2021).

РЕКРЕАЦИОННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЭКОСИСТЕМНЫХ ФУНКЦИЙ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА «ЛОСИНЫЙ ОСТРОВ»

RECREATIONAL SIGNIFICANCE OF THE NATIONAL PARK “ELK ISLAND” ECOSYSTEM SERVICES

УДК 504.75

А.А. Пакина, *доцент кафедры рационального природопользования Географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, доцент, allapa@yandex.ru*
г. Москва, Россия

A.A. Pakina, *Associate Professor, Department of Environmental Management, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, PhD in Geography, Associate professor, allapa@yandex.ru*
Moscow, Russia

Ключевые слова: рекреация; национальный парк; «Лосиный остров»; экосистемные функции; экономическая оценка; социологический опрос.

Keywords: recreation; National Park; «Elk Island»; ecosystem services; economic assessment; sociological survey.

Роль особо охраняемых природных территорий в современном высоко урбанизированном мире определяется широким набором функций, в числе которых функция рекреации приобретает все большую значимость. Национальный парк «Лосиный остров» является самым крупным ненарушенным массивом природных экосистем в г. Москве и ближнем Подмосковье. Развитие рекреации в парке отражает его функциональное назначение и играет важную роль в улучшении экологической ситуации и уровня жизни граждан. Оценка рекреационной функции парка производилась с использованием метода рыночной сто-

© Пакина А.А., 2021

имости, а также социологического опроса. Полученные результаты подтвердили высокую социально-экологическую значимость национального парка для жителей региона и необходимость его сохранения и развития.

The role of specially protected natural areas in the modern highly urbanized world is determined by a wide range of functions, among which the function of recreation is becoming increasingly important. The National Park "Elk Island" is the largest natural ecosystems area in Moscow and the Moscow suburbs. The recreation development in the park reflects its functional purpose and plays an important role in improving the environmental situation and the standard of living. The recreational function of the park was evaluated using the market value method, as well as a sociological survey. The obtained results confirmed the high socio-ecological significance of the national park for the region's residents and the need to preserve and develop it.

Роль особо охраняемых природных территорий (ООПТ) в современном высоко урбанизированном мире определяется широким набором функций, в числе которых рекреационная с течением времени приобретает все большую значимость. Идентификация функций, выполняемых природными экосистемами, и оценка их роли в обеспечении высокого качества жизни населения является важным аргументом для сохранения ООПТ. В современной литературе понятие «экосистемных функций» зачастую используется в качестве синонима по отношению к термину «экосистемные услуги» (в оригинале – ecological services). В данной работе экологические функции природных систем рассматриваются как присущая естественным экосистемам способность продуцировать полезные для человека материальные и нематериальные блага, последние из которых могут быть отнесены к категории так называемых экосистемных услуг. Таким образом, термин «экосистемные услуги» может трактоваться как вклад экосистем в обеспечение благосостояния человека [1], представляя собой возможную интерпретацию роли экологических функций природы в контексте рыночных отношений.

Известно, что к настоящему времени различными международными и российскими структурами разработано несколько классификаций экосистемных услуг. Например, в Национальной стратегии сохранения биоразнообразия России (2001) выделены четыре группы жизнеобеспечивающих функций биологического разнообразия: продукционные, средообразующие, информационные и духовно-эстетические. Широко используются классификации международного проекта «Экономика экосистем и биоразнообразия – TEEB» [2], доклада «Оценка экосистем на пороге тысячелетия» [3] и др. Очевидно, что среди экосистемных функций ООПТ ключевые позиции занимают регулирующие и культурные функции или услуги. В силу понятных ограничений на ведение хозяйственной деятельности в границах ООПТ вклад этих территорий в прямое обеспечение потребителей разного рода материальными благами (древесина, продукты питания и пр.) нельзя рассматривать с тех же позиций, что и для территорий без подобных ограничений.

Анализ рекреационной функции ООПТ был проведен нами на примере национального парка «Лосиный остров», расположенного в окружении урбанизированных территорий и потому имеющего особое значение для жителей региона исследования. Национальный парк (НП) «Лосиный остров» представляет собой крупный массив относительно ненарушенных природных экосистем в окрестностях г. Москвы и ряда городов Подмосковья (Мытищи, Королев, Щелково и Балашиха), что подчеркивает высокую значимость рекреационной функции и всего спектра экосистемных услуг, относящихся к категории культурных. Возможность отдохнуть от городской суеты в окружении лесных пейзажей и водоемов наряду с хорошей транспортной доступностью делают «Лосиный остров» привлекательным для массового отдыха. Основную массу посетителей составляют жители близлежащих населенных пунктов, а также Северо-Восточного и Восточного административных округов г. Москвы.

Высокая эстетическая ценность территории, составляющая основу рекреационной привлекательности, дополняется набором рекреационных услуг, традиционных для объектов туризма и отдыха. Сегодня в парке работают восемь экологических

центров, в том числе дендрарий и Лосиная биостанция, предлагающие образовательные и развлекательные программы для детей и взрослых: здесь разработаны 10 экскурсионных маршрутов по экологическим тропам и экологические квесты, есть два исторических музея русского быта и т.п. [4]. Все эти программы, как, впрочем, и самостоятельное посещение территории парка, не связанное с определенными мероприятиями, отражают высокую востребованность парка: сегодня посещаемость этой природной территории оценивается в 3,2 млн человек в год [5]. В контексте оценки рекреационной функции отметим, что наряду с так называемыми прямыми выгодами от рекреации посетители также получают косвенный оздоровительный эффект.

Природоохранный режим национальных парков (и НП «Лосиный остров» тому подтверждение) предполагает выполнение рекреационной функции, однако набор экосистемных услуг варьируется в зависимости от природоохранного режима той или иной части «Лосиного острова». Согласно функциональному зонированию парка в его границах выделяются пять зон, каждая из которых может быть охарактеризована в зависимости от свойственного ей набора экосистемных услуг:

- наиболее ценна с точки зрения рекреации, разумеется, рекреационная зона, в границах которой сосредоточена большая часть соответствующих видов деятельности;
- в зонах хозяйственного назначения и охраны историко-культурных объектов преобладают культурные функции, среди которых выделяется рекреационная;
- для заповедной и особо охраняемой зон характерно преобладание регулирующих экосистемных функций, таких как депонирование углерода, регулирование водного режима, сохранение местообитаний животных и растений и т.п.; рекреационная функция здесь практически не реализуется.

Для оценки степени востребованности рекреационных ресурсов парка местным населением были использованы данные соцопроса, проведенного среди жителей подмосковных городов, прилегающих к НП. Согласно этим данным (рис. 1), парк посещали 96% респондентов, причем многие считают такую возможность одним из преимуществ проживания в своем городе.

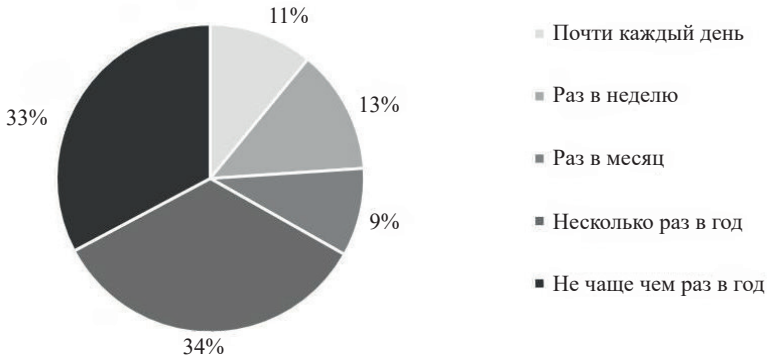


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос о частоте посещения НП «Лосиный остров»

Оценка выгод от рекреации, получаемых за счет экологических функций НП «Лосиный остров», была проведена на основе метода рыночных цен. Выгоды от рекреационной функции НП получают жители прилегающих населенных пунктов в процессе рекреационной деятельности ФГБУ «Национальный парк “Лосиный остров”». Чистый доход, получаемый ФГБУ, был оценен как разница доходов, полученных от проведения эколого-просветительских программ для посетителей и затрат на организацию данных программ. Укрупненно принято, что затраты на организацию экскурсионных программ и познавательного туризма составляют 85% от доходов [6]. Согласно данным НП «Лосиный остров», число рекреантов, посетивших платные познавательные программы в 2018 году, составило 42 778 человек [5]. На основании результатов соцопроса была определена доля посетителей на каждой из познавательных программ, организованных парком. Наиболее популярной оказалась программа «Лосиная биостанция», которую отметил 21% опрошенных. Остальные программы, такие как экологическая тропа «Такой знакомый лес» и экологический центр «Чаепитие в Мытищах», указали от 2 до 8% респондентов. После интерполяции полученных данных на общее число посетителей платных программ потенциальный доход национального парка от эколого-просве-

тительской деятельности составил 2,3 млн руб. в год (с учетом издержек на организацию этих программ).

В работах, посвященных оценке роли той или иной природной территории для благосостояния населения, традиционно учитывается оздоровительный эффект от рекреации. Оценка такого эффекта от рекреации как еще одной составляющей рекреационной значимости НП «Лосиный остров» была произведена с учетом данных о его влиянии на работоспособность. Известно, что число дней временной нетрудоспособности сокращается на 3,5 дня при отдыхе на природе в течение 20 дней [1]. Выше было показано, что число посетителей парка составляет около 3,2 млн человек в год, поэтому оценки тех выгод, которые обеспечивает функционирование парка, следует дополнить данными о рекреационной нагрузке.

Используя методические подходы «Временной методики…» [7], нами была рассчитана среднегодовая единовременная рекреационная нагрузка для территории парка. За основной вид отдыха на территории был принят массовый повседневный отдых, а данные о количестве посетителей парка (в выходные и рабочие дни с различными погодными условиями в разные сезоны года) получены на основе полевых наблюдений в 2018–2019 годах. В результате нагрузка для рекреационной зоны НП «Лосиный остров», где сосредоточены отдыхающие во время его посещения, составила 0,1 чел./га, что не превышает допустимой рекреационной нагрузки для равнинных лесов таежно-лесной зоны европейской части России.

Учитывая численность трудоспособного населения в составе посетителей парка (57%) и уровень средней заработной платы по Московской области [8], был рассчитан дополнительный доход за не проведенные на больничном 3,5 дня. Такой подход довольно широко используется в зарубежных исследованиях для обоснования социальной значимости отдыха на природе. Суммарная стоимость данной функции парка составила 15,8 млрд руб., или 211,3 млн долл. США. На основании произведенных оценок и данных социологического опроса можно сделать вывод о высокой социальной значимости НП «Лосиный остров» для жителей региона. Такой вывод подтверждается и мнением жителей о необходимости

сохранения этой уникальной для Московского региона территории: подавляющее большинство жителей сопредельных с национальным парком территорий убеждены, что «Лосиный остров» нужно специально сохранять (рис. 2).

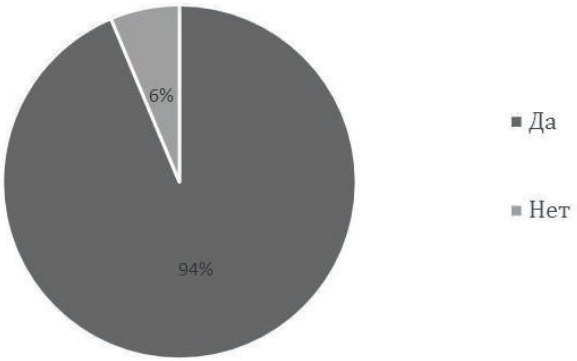


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос о необходимости сохранения национального парка

Таким образом, большинство участников соцопроса подтвердили высокую оценку значимости парка для жителей региона. Результаты соцопроса в данном случае оказались близки аналогичным оценкам в других регионах России, когда «биоцентрическое» восприятие природных охраняемых территорий отражает уровень экологической ответственности граждан, их стремление к сохранению природных территорий и улучшению экологической обстановки в регионе. В особенности такое отношение характерно для жителей крупных городов. Проведенное исследование показало, что национальный парк «Лосиный остров» выполняет чрезвычайно важные социально-экологические функции. Вклад парка в улучшение экологической ситуации и поддержание здоровья местного населения, в том числе за счет рекреационной функции, является важным аргументом в пользу его сохранения как культурной и экологической доминанты Московского региона.

Литература и источники

1. Бобылев С.Н., Захаров В.М. Экосистемные услуги и экономика. М.: Тип. ЛЕВКО; Институт устойчивого развития / Центр экологической политики России, 2009. 72 с.

2. The Economics of Ecosystems and Biodiversity, TEEB. URL: http://www.teebweb.org (дата обращения: 25.02.2020).

3. Millennium Ecosystem Assessment. Ecosystems and Human Well-being // Synthesis Peport. Washington DC: Island Press, 2005. 160 p.

4. Национальный парк «Лосиный остров» – официальный сайт. URL: http://elkisland.ru (дата обращения: 03.05.2020).

5. Пакина А.А., Лелькова А.К. Оценка экосистемных функций национального парка Лосиный остров // Экосистемы: экология и динамика. 2020. Т. 4. № 3.

6. Экономическая оценка природных ресурсов и экосистемных услуг Кроноцкого заповедника и Южно-Камчатского заказника / А.В. Завадская, А.Е. Николаева, В.А. Сажина и др. Петропавловск-Камчатский: Камчатпресс, 2017. 244 с.

7. Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок (утв. Гослесхозом СССР). URL: https://docs.cntd.ru/document/9033131 (дата обращения: 12.08.2020).

8. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации: стат. сб. М.: Росстат. 2019. 766 с.

ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ТУРИЗМА КАК СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО ФЕНОМЕНА

APPROACHES TO ANALYZE TOURISM AS A SOCIAL AND PHILOSOPHICAL PHENOMENON

УДК 304.44

Н.В. Пенкина, *доцент кафедры, канд. филос. наук, доцент, natasha_penkina@mail.ru*
О.В. Чернявская, *ассистент кафедры, scherri-nv@mail.ru*
Кафедра массовых коммуникаций и туризма Нижневартовского государственного университета, г. Нижневартовск, Россия

N.V. Penkina, *Assistant Professor, natasha_penkina@mail.ru*
O.V. Chernyavskaya, *Teaching Assistant, scherri-nv@mail.ru*
Department of Mass Communications and Tourism of Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, Russia

Ключевые слова: туризм; социальная практика; путешествие; культура; общество; социокультурное пространство; социокультурный феномен; межкультурная коммуникация.

Keywords: tourism; cultural practice; travelling; culture; society; social and cultural space; social and cultural phenomenon; cross-cultural communication.

В настоящее время в научном пространстве отсутствует единый теоретико-методологический подход к обоснованию сущности феномена туризма в целом и феномена туризма как системы социальной практики в частности, тогда как масштабность и темп социальных изменений современного мира ставят перед научным сообществом необходимость обоснования данных понятий. Предпринят анализ социально-философских аспектов туризма как системы социальной практики (социально-пространственной организации социокультурной среды) в рамках антропологического, семиотического, коммуни-

© Пенкина Н.В., Чернявская О.В., 2021

кативного, пространственного и экономического подходов. Раскрывается понятие «туризм» через его онтологическую природу, показана специфика феномена туризма как социальной практики. Использование социально-философской методологии позволяет раскрыть и проанализировать туризм как целостный социокультурный феномен, как способ конструирования пространства на уровне личности общества; детализировать и обозначить круг воздействия аспектов феномена туризма в качестве характерного явления эпохи глобализации в современном социальном континууме.

The research area presently does not have a unified theoretical and methodological approach to feasibility demonstration of tourism phenomenon in general and tourism phenomenon as a social practice system in particular, while the range and the rate of social changes of the modern world highlights the need to validate these definitions. The article attempts to analyze social and philosophical aspects of tourism being a social practice system (social and space arrangement of social and cultural environment) within the limits of anthropological, semiotic, communicative, spatial and economic approach. The authors define 'tourism' via its ontological nature and demonstrate tourism phenomenon nature as a social experience. Application of social and philosophical approach allows defining and analyzing tourism as an integral social and cultural phenomenon as a method to construct space at the level of society individual; detailing and outlining tourism phenomenon aspects' impact as a typical phenomenon of globalization era in the modern social continuum.

В настоящее время отсутствует единый теоретико-методологический подход к обоснованию сущности феномена туризма в целом и феномена туризма как системы социальной практики в частности, тогда как масштабность и темп социальных изменений современного мира ставят перед научным сообществом необходимость обоснования данных понятий. Обостряет проблему трансформация общественной практики

и отношений, в том числе и в сфере туризма, который в современных условиях превращается в активное направление в системе социальной деятельности и отношений, отражающее тенденции развития современного типа цивилизации [1, с. 4].

Особо следует обратить внимание на тот факт, что феномен туризма практически не изучен как важнейший вид социальной практики, т.е. как социально-пространственная организация социокультурной среды. Между тем существует необходимость анализа феномена туризма на социально-философском уровне, поскольку туризм интегрирует важнейшие процессы трансформации современного общества и культуры на данном этапе, феномен туризма имеет схожие критерии с понятием информационного общества, а именно: мобильность, индивидуализация потребностей и приоритетов, виртуализация, визуализация, информатизация, глобализация. Стоит отметить, что информационное общество ускоряет информационные потоки и трансформирует структуру информации, оказывая влияние на повседневную жизнь человека. Оно обеспечивает мощные средства коммуникации для реального и виртуального (отчужденного) взаимодействия людей в интеллектуальной среде [2, с. 144].

Туризм как элемент социальной системы оказывает влияние на бытие как отдельного индивида, так и социальных групп, социума в целом, что, с одной стороны, позволяет выявить специфику феномена туризма как социальной практики, а с другой – вызывает необходимость осмыслить ее в рамках социально-философского анализа.

Социально-философское исследование туризма и обоснование его теоретико-методологической базы предполагает обращение к сложившимся в науке подходам к анализу этого явления. Анализ опыта исследования данной проблематики показал, что работ западных исследователей больше, чем отечественных. Среди основных причин сложившейся ситуации можно выделить следующие: во-первых, распространение туризма как массового и экономического явления в России произошло позже, чем в мировой практике; во-вторых, в основе исследований проблем туризма лежит географический подход, тогда как в научных областях за рубежом основными подходами, наряду с географическим, были социологический, психологический и антропологический.

В нашем исследовании концепт туризма проанализирован в рамках антропологического, семиотического, коммуникативного, пространственного и экономического подходов. Выбор данных подходов обусловлен тем, что в их основе в той или иной степени понятие туризма анализируется исходя из понимания туризма как социальной практики и как основы познания мира.

Содержание термина «туризм» определяется такими областями знания, как социология, философия, география, экономика и т.д. Экономисты изучают туризм с точки зрения его вклада в мировую или региональную экономику. Географы анализируют туристские ресурсы и туристский потенциал территории. Социологи, философы, культурологи рассматривают туризм с позиции духовных и социальных практик, моделей поведения, обычаев, культурных кодов. Такой подход свидетельствует о том, что туризм может быть раскрыт при комплексном анализе всех основных категорий как система, имеющая свою структуру и функции [3, с. 80].

В широком смысле, с точки зрения наиболее сущностных характеристик, туризм – это явление культуры, а точнее, социокультурный феномен, так как включает в себя и способ деятельности, и ценностное содержание одновременно. Роли, выполняемые в процессе туристской деятельности, ценностные мотивации, потребительские предпочтения, личностные смыслы и ценности, мотивация как отдельного человека, так и определенных социальных групп включены в процесс социально-культурной жизни, являются, по сути, разными сторонами института туризма. Универсальность и широкая распространенность туризма связаны не только с глобализацией современного общества, но и с онтологической природой туризма как социокультурного феномена. Раскрывая понятие туризма, следует еще раз обратить внимание на то, что оно может быть дано с точки зрения разных наук и подходов, однако его содержание определяется как вид активного отдыха, путешествия, совершаемого самостоятельно или организовано с определенными целями. Туризм – это, прежде всего, определенная сфера деятельности, а если исходить из классического разграничения понятий «труд» и «быт», «быт» и «досуг», то туризм – деятельность, относящаяся к сфере досуга,

а досуг – деятельность человека, направленная на восстановление сил, причем деятельность свободная, значит, и туризм – это, прежде всего, деятельность свободная.

В туризме как социокультурном явлении особое значение приобретает «человеческое измерение». В связи с этим *антропологический подход* к анализу социокультурных практик туризма предполагает обращение к проблеме трансформации социокультурной идентичности личности сквозь призму встречи с Другим и возможности развертывания жизненного пространства личности. Иными словами, туризм как антропологическое явление может быть объяснен через проявление глубинных жизненных потребностей человека.

Американский социолог Дин Маккенел одним из первых применил *семиотический подход* к изучению туризма, рассматривая его как новую теорию досугового класса в хронологической перспективе: «То, что начиналось как деятельность, которая пристала герою (Александр Македонский), постепенно становится целью социально организованной группы (крестоносцы), признаком статуса целого общественного класса (гранд-туры английских джентльменов) и, наконец, перерастает в универсальный опыт (туристы)», – писал он [6, с. 591].

Семиотический подход к исследованию феномена туризма тесно связан со знаково-символическими средствами выражения глобальной культуры современности. Визуальные аспекты туристского пространства и культурные коды различных цивилизаций объединяются в общую картину мира, постигаемую туристами в процессе путешествия. Кроме того, само путешествие проблематизирует и наполняет смыслом окружающее пространство, репрезентируя и актуализируя мир образов культуры, соотнося их границы между собой.

Английский социолог досуга Крис Роджек полагал, что структуру туристского восприятия составляют визуальные, текстовые и символические представления, содержащиеся в путеводителях, кино, телевидении и рассказах путешественников, которые чрезвычайно мощны в формировании восприятия места, вследствие чего турист принимает эту версию реальности [8, с. 70–71].

Важен *коммуникативный аспект* феномена туризма, особенно в условиях глобализации и информатизации культуры, когда межкультурная коммуникация становится основным источником передачи и получения информации о другой культуре, инаковом социокультурном пространстве. В туристской поездке человек приобщается к ценностям иной культуры, сталкивается с интересными событиями и артефактами, более глубоко постигает и осваивает культуру собственного народа. В этом смысле туризм может рассматриваться как явление социальной и межкультурной коммуникации.

Понятие «человеческого измерения» в туризме приобретает особое значение. Туризм осуществляет функцию социальной интеграции, реализуясь на уровне частной жизни людей, их личностных переживаний и событий. Непосредственное знакомство с чужой культурой, приобщение к ней посредством потребления туристского продукта позволяют не только узнавать ее, но и сопереживать, проникать в ее глубины, развивать собственную духовность. При этом человек, приехав в другую страну, сам будет являться носителем иной культуры. Коммуницируя с местными жителями, он транслирует, передает и распространяет свои ценности и смыслы. Однако эта межкультурная коммуникация ограничена временными рамками и программой путешествия.

С позиций экономического и деятельностного подходов феномен туризма исследуется как область прикладной деятельности участников и организаторов туризма, практической реализации путешествий. В рамках деятельностного подхода туризм рассматривается как сфера человеческой деятельности, форма существования человека, в которой осуществляется практическая реализация стремлений человека к путешествию посредством формирования туристских целей и ценностей.

Экономический подход к изучению феномена туризма предполагает системный анализ туристской индустрии как совокупности экономических активностей. В зарубежной и отечественной экономической литературе туризм рассматривается с двух точек зрения: потребителя и производителя (организатора) туристских услуг.

С позиции социально-экономического подхода туризм рассматривается как сфера формирования туристских мотивов

и удовлетворения туристских потребностей, сопровождающаяся процессом производства специфических товаров и услуг. Туристская деятельность сегодня представляет собой важную часть сферы услуг. Индустрия туризма – это сфера производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для туристов. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующее определение: «Туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» [5]. В законе подчеркивается межотраслевой характер туриндустрии, так как ее предприятия оказывают услуги не только туристам, но и другим потребителям, жителям территории, где реализуются туристские продукты и услуги [4, с. 11].

Одна из отличительных особенностей сферы туризма как отрасли экономики – это объединение самых различных предприятий и видов деятельности. Туристская отрасль предполагает деятельность по созданию и развитию туристской инфраструктуры: строительство дорог, средств размещения, обустройство новых территорий и пр. Ее развитие оказывает влияние на развитие других отраслей экономики: создание новых рабочих мест, увеличение торгового оборота, приток инвестиций и пр. Государство получает доход в виде налогов. В этом плане сфера туризма выступает как крупный автономный многоотраслевой хозяйственный компонент национальной и мировой экономики.

Анализируя динамику ценностных и институциональных оснований феномена туризма, связанных с семиотическим, коммуникативным аспектом формирования социокультурной идентичности современного туриста, невозможно не отметить роль пространственных структур в исследовании туризма.

Пространственный подход позволяет определить пространственный континуум туризма как сферы общественной жизни, выявить некоторые сущностные характеристики и закономерности ее развития. На основе этого подхода можно выделить различные уровни туристской сферы жизни (географический, культурный, уровень социального пространства, уровень жизненного пространства личности), анализ которых позволяет определить ряд сущностных характеристик и фундаментальных закономерностей развития феномена туризма как формы пространственного развития личности и социума.

Таким образом, многовариантность современных социокультурных туристских практик, высокая динамика развития туризма как сферы общественной жизни, его культурные аспекты обусловливают необходимость поиска теоретико-методологической базы исследования туризма в рамках социально-философского подхода. Социально-философская методология позволяет раскрыть и проанализировать туризм как целостный социокультурный феномен; как фактор формирования, способ конструирования пространства на уровне общества, социума и на личностном уровне; детализировать и обозначить круг воздействия аспектов феномена туризма в качестве характерного явления эпохи глобализации в современном социальном континууме.

Литература и источники

1. Ачмиз А.К. Туризм как сфера общественной жизни: опыт социально-философского исследования: автореф. дис. … канд. филос. наук. Краснодар, 2010. 26 с.

2. Информационная культура молодежи // Социально-культурные, информационные и правовые ресурсы развития современного общества. Нижневартовск: Нижневарт. гос. ун-т, 2020. С. 141–160.

3. Пенкина Н.В. Туристский регион: теоретико-методологические подходы // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всерос. научно-практ. конф. (Нижневартовск, 12–13 февраля 2015 г.). Нижневартовск: Нижневарт. гос. ун-т, 2015. С. 80–82.

4. Туристско-рекреационная система: теория и практика организации / Н.В. Пенкина, О.Ю. Шахова, А.А. Никифорова, О.В. Чернявская. Нижневартовск: Нижневарт. гос. ун-т, 2020. 122 с.

5. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021).

6. MacCannell D. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting // American Journal of Sociology. 1979. № 3. P. 589–603.

7. Rojek C. Indexing, Dragging and the Social Construction of Tourist Sights // Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory. London: Routledge, 1997. P. 52–74.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ТВОРЧЕСТВА ПРОФЕССОРА МГУ НИКОЛАЯ АНДРЕЕВИЧА ГВОЗДЕЦКОГО

RECREATIONAL ASPECTS OF THE WORK OF MSU PROFESSOR NIKOLAY ANDREYEVICH GVOZDETSKIY

УДК 910.4:796.5 910.3:551.44

В.А. Снытко, *главный научный сотрудник Института истории естествознания и техники им. С.И. Вавилова РАН, главный научный сотрудник Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, член-корреспондент РАН, профессор, д-р геогр. наук, заслуженный деятель науки РФ, vsnytko@yandex.ru*

Ю.Н. Голубчиков, *ведущий научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма Географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, golubchikov@list.ru*

г. Москва, Россия

© Снытко В.А., Голубчиков Ю.Н., 2021

V.A. Snytko, *Chief Researcher of the Vavilov Institute of the History of Natural History and Technology of the Russian Academy of Sciences. D. in Geography from the S.I. Vavilov Institute of the History of Natural History and Technology of the Russian Academy of Sciences, Chief Researcher of the Institute of Geography. V. B. Sochava Institute of Geography, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Professor, Doctor of Geographical Sciences, Honored Scientist of the Russian Federation, vsnytko@yandex.ru*

Yu.N. Golubchikov, *Leading Researcher of the Department of Recreational Geography and Tourism of the Geographical Faculty of the Lomonosov Moscow State University, PhD in Geography, golubchikov@list.ru*

Moscow, Russia

Ключевые слова: Гвоздецкий Н.А.; МГУ; карст; спелеотуризм; горный туризм; рекреация; физическая география; геотуризм.

Keywords: Gvozdetskiy N.A.; MSU; karst; speleotourism; mountain tourism; recreation; physical geography; geotourism.

Рассмотрены рекреационные аспекты творчества выдающегося физико-географа Н.А. Гвоздецкого. Его работы по карсту и горам заложили основу отечественной школы геотуризма.

The recreational aspects of the work of the outstanding physico-geographer N.A. Gvozdetsky are considered. His works on karst and mountains laid the foundation for the domestic school of geotourism.

Профессор Николай Андреевич Гвоздецкий (15 декабря 1913 года – 10 октября 1994 года) принадлежит к плеяде выдающихся физико-географов второй половины XX века. Его творческая деятельность проходила на географическом факультете Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, где он многие годы заведовал кафедрой физической географии СССР. Николай Андреевич внес большой вклад в развитие многих разделов современной геогра-

фической науки. Его основными направлениями научной деятельности являлись изучение горных ландшафтов, карста, проблема физико-географического районирования, ландшафтное картографирование, теория и история географии, история отечественных географических исследований и открытий. В его публикациях уделено внимание вопросам рекреации и туризма.

Детство и юношеские годы Николая Андреевич прошли в очень интеллигентной среде. Родился он 15 декабря (2 декабря по ст. ст.) 1913 года в Санкт-Петербурге. Мать, Серафима Николаевна (девичья фамилия – Харламова), происходила из семьи сельского священнослужителя из села Веретево Ковровского уезда Владимирской губернии. Серафима Николаевна была родной сестрой известного иконописца Николая Николаевича Харламова (1863–1935). Николай Андреевич с гордостью вспоминал, что его родной дядя Н.Н. Харламов участвовал в оформлении внутреннего мозаичного убранства собора Воскресения Христова на Крови (храм Спаса на Крови, сооруженный в Санкт-Петербурге на месте, где 1 (13) марта 1881 года в результате покушения был смертельно ранен император Александр II). На создание храмовой мозаики ушло 12 лет. Над ней трудились 40 художников. Среди них такие громкие имена, как Виктор Васнецов, Михаил Нестеров, Андрей Рябушкин, Василий Беляев, Николай Харламов. Николаю Харламову было поручено создать ключевые композиции храма – мозаичный плафон центрального купола с образом Христа, получивший название «Пантократор», и еще более 40 мозаичных икон, среди которых особенно известны «Христос во славе» и «Евхаристия».

Дед Н.А. Гвоздецкого по отцовской линии Калиник Иванович происходил из села Гвоздец Королевства Галиции и Лодемерии Австро-Венгерской империи. Ныне это поселок городского типа Гвоздец Коломыйского района Ивано-Франковской области (Украина) в 20 км к востоку от города Коломыи. В 17 лет Калиник бежал из Австро-Венгрии в русскую армию и был направлен на Кавказскую войну. Летом 1859 года принимал участие в штурме последнего оплота горского сопротивления аула Гуниб на территории Дагестана. Начав службу простым солдатом, он вышел на пенсию подполковником

царской армии. И всю оставшуюся жизнь, как вспоминал Николай Андреевич, дед сокрушался, что не дослужился до полковника, поскольку этот чин давал дворянское звание. А сам Николай Андреевич всю жизнь радовался, что дед не дослужился до полковника, поскольку по законам того времени это обстоятельство навсегда преградило бы его внуку доступ к высшему образованию в советский период.

Отец Н.А. Гвоздецкого, Андрей Калиникович, был по специальности агрономом. Во время Гражданской войны семья Гвоздецких переехала в город Иваново, избежав свирепости красного террора в Петрограде. В Иваново он начал работать главным редактором «Сельскохозяйственной газеты». Н.А. Гвоздецкий впоследствии шутил, что «отец был как герой Марка Твена». Мать Николая Андреевича работала учительницей в школе.

Жизнь людей из «старорежимной интеллигенции» даже на периферии была в те годы нелегка. Необходима была осторожность в высказываниях, взвешенность действий. В такой обстановке Николай невольно становился вдумчивым дипломатом.

Родители заботились о всестороннем образовании любимого ими Коленьки. В Иванове он обучался в средней школе и одновременно в музыкальном училище. В выходные дни, а особенно на каникулы, семья Гвоздецких часто выезжала в деревню Тименки Палехского района Ивановской области. Здесь с 1924 года поселился жить родной дядя Н.А. Гвоздецкого – художник Н.Н. Харламов. В Тименках Коля увлеченно рисовал картины деревенской природы под наблюдением дяди Коли. Увлечение живописью Николай Андреевич сохранил на протяжении всей жизни.

В то же время Коля проявлял большой интерес к природе, совершал туристические походы. Собирал гербарий, коллекции минералов и окаменелых организмов. Писал стихи. Надо сказать, что все окружение Николая Андреевича состояло из творческих людей, таланты которых не могли полностью раскрыться в провинции тех лет.

Получить университетское образование сразу после окончания школы Н.А. Гвоздецкий по существовавшим тогда правилам не мог, поскольку происходил из семьи служащих. В период перед поступлением ему нужно было пройти «про-

летарскую реабилитацию». Поэтому Николай еще два года продолжал жить в Иванове, совмещая формальную конторскую работу с самообразованием.

Николай настолько великолепно играл на пианино, что, получив возможность продолжить образование, раздумывал – обучаться ему в консерватории или в университете. Тогда Николай Гвоздецкий поступил в 1932 году одновременно и в консерваторию, и на географическое отделение Московского государственного университета, который с 20 октября 1932 года по 11 ноября 1937 года носил имя М.Н. Покровского. Совмещать такое обучение было тяжело, и в определенный момент Николай решил посвятить себя географии. В университете он продолжал занятия музыкой в кружке пианистов, играл на концертах, исполняя сложные произведения.

Среди университетских преподавателей наибольшее влияние на формирование будущего ученого оказали А.А. Борзов, А.С. Барков, И.С. Щукин, А.Н. Мазарович. Во время прохождения летних практик в Поволжье, Крыму и на Кавказе он заинтересовался карстовыми явлениями, которые стали одним из основных направлений его научных исследований. Это способствовало интересу к вопросам рекреации и туризма.

По окончании кафедры физической географии МГУ в 1938 году Н.А. Гвоздецкий был оставлен в аспирантуре при НИИ географии МГУ (научный руководитель – И.П. Герасимов). Будучи аспирантом, совместно с А.С. Барковым принимал участие в организации комиссии по изучению карста при НИИ географии МГУ, с 1939 года ассистировал в МГУ по курсу методики полевых физико-географических исследований, руководил полевой практикой студентов. В этот же период им была подготовлена и напечатана его первая статья [1]. По окончании аспирантуры в 1941 году он был принят ассистентом на кафедру физической географии СССР.

Во время Великой Отечественной войны Н.А. Гвоздецкий с июля 1941 года был в рядах Красной Армии при Харьковской военно-топографической части. Часть интенсивно работала над восполнением и обновлением оказавшегося в руках немцев в Минске картографического фонда Военно-Топографического управления. В то же время под Харьковом шли тяжелейшие бои, часть подвергалась нещадным авиабомбарди-

ровкам. Позже вместе с фронтом часть передвинулась на Кавказ. В 1943 году, находясь на службе, капитан Гвоздецкий защитил в г. Саратове кандидатскую диссертацию «Орография Большого Кавказа», имевшую оборонительное значение для Кавказа и способствующую развитию туризма.

К 1945 году Н.А. Гвоздецкий оказался в Москве. У Николая Андреевича уже была семья, двое детей. Жили в стесненных условиях в бараке на востоке столицы. После победы Николай Андреевич предпринимал попытки демобилизации, ему запомнилась беседа с принимавшим решение генералом:

«Генерал спросил капитана Гвоздецкого:

– Вы кто по специальности?

– Географ.

– География – это что: где дождичка мало, где дождичка много?

– Да.

– Нет, такие нам не нужны».

Так Николай Андреевич оказался «на гражданке». С 1945 по 1948 год он работал доцентом на географическом факультете Московского государственного педагогического института им. В.И. Ленина (МГПИ). Жил по-прежнему стесненно, теперь уже с тремя детьми. После письма К.Е. Ворошилову он получил несколько комнат в коммунальной квартире в Скатертном переулке. Николай Андреевич очень любил эту квартиру, не хотел ее ни на что менять, хотя ему не раз предлагали получить отдельную квартиру, но на окраине Москвы.

Работа на географическом факультете МГУ началась в 1941 году и после военного перерыва с 1947 года продолжалась всю жизнь Николая Андреевича, до октября 1994 года. Сначала он работал по совместительству с работой в МГПИ на кафедре общей физической географии (заведующий в 1938–1951 годах – Б.П. Орлов). С 1948 года Николай Андреевич уже постоянно работает только в МГУ доцентом кафедры физической географии СССР (заведующий в 1938–1949 годах – А.И. Соловьев).

В 1948 году Николай Андреевич защищает докторскую диссертацию «Карстовые области Большого Кавказа и проблемы морфологии карста на основе их изучения». По результатам докторской диссертации в 1950 году была опубликова-

на первая крупная книга Н.А. Гвоздецкого «Карст», вышедшая в 1954 году вторым изданием.

Получив степень доктора географических наук, Николай Андреевич становится в 1951 году профессором кафедры физической географии СССР. Проработал он в этой должности до конца жизни, а с 1959 по 1987 год заведовал кафедрой.

Н.А. Гвоздецкий был очень активным полевым исследователем. Он участвовал в экспедициях в горах Кавказа, Средней Азии (Тянь-Шань, Гиссаро-Алай, Памир), Южного Урала, Карпат, в пустынях Средней Азии, районах Сибири и Дальнего Востока. Ряд полевых исследований проведен Н.А. Гвоздецким на Кубе, в карстовых районах Чехословакии, Болгарии, Венгрии. С его именем связано открытие карстового района Кырктау (Узбекистан).

Главные научные интересы ученого в области физической географии были сосредоточены на изучении горных ландшафтов [2]. Это можно увидеть на примере исследования им Кавказа [3]. Преимущественно этот регион Н.А. Гвоздецкий рассматривал в своих кандидатской («Орография Большого Кавказа», 1943) и докторской («Карстовые области Большого Кавказа и проблемы морфологии карста на основе их изучения», 1948) диссертациях, защищенных по географическим наукам.

Н.А. Гвоздецкого интересовали тектоника гор и ее отражение на специальных картах, возраст и закономерности распределения горных ландшафтов, ландшафтная дифференциация горных территорий. Он подчеркивал, что горные ландшафты отличаются от равнинных большей динамичностью. Во-первых, она обусловлена огромными запасами потенциальной энергии тяготения, накопленной в процессе тектонических поднятий (или вулканических извержений). Эндогенный элемент в экзогенных процессах служит источником энергии всех гравитационных движений. Во-вторых, интенсивность трансформации горных ландшафтов вызвана незавершенностью круговорота воды в атмосфере, который не достигает в горах начального высотного уровня. Потенциальная энергия тяготения, накопленная водой в процессе испарений и поднятия за счет лучистой энергии Солнца, отчасти аккумулируется в вечных снегах и льдах, а частично

расходуется сразу после выпадения осадков на поверхность при эрозионных, селевых и других процессах. Динамичность горных ландшафтов еще более возрастает под влиянием человеческой деятельности. Отмечено, что с увеличением высоты возраст горных ландшафтов обычно уменьшается. Однако молодость высокогорных ландшафтов связана не только с формированием их на заключительном этапе поднятия, но и с тем, что сам скульптурный «альпийский» рельеф высокогорий относительно молодой. Разграничивая понятия высотной и вертикальной зональности, Н.А. Гвоздецкий отмечал, что к последней следует относить еще и глубинную зональность природы океанов. Высотная зональность наряду с климатом проявляется во всех компонентах природы гор.

Физико-географы должны стремиться к наиболее комплексному рассмотрению природы высотных зон и подзон – поясов. Спетр высотной зональности, по представлениям Н.А. Гвоздецкого, зависит от положения горных систем в широтной зоне и долготном секторе, а также от протяжения горных систем. Наряду с инсоляционной экспозицией большое значение придавал ученый ветровой, циркуляционной микроэкспозициям как климатическим барьерам. На примере физико-географического районирования гор Н.А. Гвоздецкий показал, что оно должно строиться на типологии спектров ландшафтной высотной зональности, совмещаемой с различиями в геолого-геоморфологическом строении. Помимо региональных и ландшафтных единиц, в горах перспективен, по Н.А. Гвоздецкому, анализ физико-географических единиц, обладающих динамическим сопряжением пространственных частей и функциональной целостностью, – гравигенных геосистем, которые определяются односторонними потоками вещества и энергии. Выдвинутые Н.А. Гвоздецким представления принадлежат к числу крупных обобщений, придающих целостность учению о природе гор. На основе систематизации огромного материала и собственных исследований Н.А. Гвоздецким был дан глубокий анализ проблем изучения природы гор, выделены основные их черты.

Н.А. Гвоздецким подготовлен и издан научный сборник о ландшафтах горных областей [4]. В сборник включены статьи о ландшафтных картах и схемах физико-географическо-

го районирования крупных частей горных стран (северный склон восточной половины Большого Кавказа, вся территория Закавказья) и целых горных систем (Урал, Алтай и Хибинский горный массив, Тянь-Шань и Джунгарский Алатау). Авторы статей – А.Е. Федина, Н.А. Гвоздецкий, А.А. Макунина, Г.С. Самойлова, Т.С. Тихонова, И.П. Чалая, В.К. Жучкова, Л.Н. Щербакова. Из-за сложности проблемы классификации горных ландшафтов, методики их картографирования и физико-географического районирования авторы сборника поясняли свои теоретические и методические позиции, прежде чем приступали к изложению конкретных результатов своих исследований. Помимо теоретического и методического значения материалы статей сборника имеют значение и в региональном отношении, поскольку в статьях о больших горных территориях и целых горных системах обобщен фактический материал об их природе и природных ресурсах.

Важное место в сфере научных интересов Н.А. Гвоздецкого занимали вопросы теоретического ландшафтоведения. Именно с его именем в значительной мере связано развитие типологического понимания ландшафта, нашедшее своих сторонников в среде географов комплексного профиля. Развиваемые взгляды оттачивались в постоянных дискуссиях со сторонниками других подходов к ландшафтной дифференциации. Н.А. Гвоздецкому принадлежит один из первых опытов классификации ландшафтов СССР, где свое место нашли и горные ландшафты. Он разработал основы теории горного ландшафтоведения.

Весьма многогранной была деятельность Н.А. Гвоздецкого в области карстоведения и спелеологии, важных в аспекте туризма. Вместе с гидрогеологм Г.А. Максимовичем (Пермь) и спелеологом В.Н. Дублянским (Симферополь) Н.А. Гвоздецкий на протяжении 1960–1980-х годов был лицом советского карстоведения и пещероведения. По проблемам карста Николаем Андреевичем опубликовано 250 работ, в том числе пять книг, включая учебное пособие «Карстовые ландшафты» и справочно-монографическое издание «Карст» из серии «Природа мира», в котором впервые в мировой литературе дана глобальная характеристика карстовых явлений.

На основе изучения карста сложилась отечественная школа спелеологии, а затем и геотуризма. Н.А. Гвоздецкого праву можно считать основоположником отечественной школы геотуризма. Он полагал, что одно из главных значений в нем могут иметь «богато украшенные природой сказочные подземные дворцы-пещеры, служащие объектами посещения не только спелеологов, но и многочисленных туристов из многих стран мира» [5, с. 5].

Труды Николая Андреевича по истории географических исследований изданы не только на языках народов бывшего СССР, но и на польском, английском, французском языках. Он в 1940–1950-х годах опубликовал книги о выдающемся ученом, президенте АН СССР, академике В.Л. Комарове, рассмотрев его экспедиционные исследования. Н.А. Гвоздецким была создана первая научная биография академика В.Б. Сочавы. В 1982 году в издательстве «Прогресс» на английском языке вышла книга «Советская география сегодня. Физическая география», составителем и одним из основных авторов которой был Н.А. Гвоздецкий.

Николаем Андреевичем был написан (совместно с Ф.Н. Мильковым и Н.И. Михайловым) учебник для вузов «Физическая география» (в двух томах), выдержавший четыре издания. В качестве пособий для учителей подготовлены (в соавторстве) хрестоматии по Африке, Австралии, Антарктиде и зарубежной Азии. Для учителей географии и старшеклассников изданы книги Н.А. Гвоздецкого «Памир», «В тропической Западной Африке», «Географические открытия в СССР». Он публиковал многочисленные статьи в энциклопедиях (БСЭ и др.), журналах «Природа», «География в школе», редактировал школьные учебники.

Кафедра физической географии СССР, возглавлявшаяся Н.А. Гвоздецким в 1959–1987 годах, является прямой преемницей кафедры географии Московского университета, созданной Д.Н. Анучиным. С 1919 по 1926 год заведующим кафедрой был выдающийся антропогеограф А.А. Крубер. После разгрома антропогеографии по идеологическим причинам руководил кафедрой А.А. Борзов (1926–1938), затем А.И. Соловьев (1938–1949). В 1950-е годы кафедру возглавляли профес-

сор Н.А. Солнцев-Эльбе (1950–1955) и профессор М.А. Глазовская (1956–1959).

В 1959 году заведующим кафедрой физической географии СССР был избран Н.А. Гвоздецкий. Под его руководством кафедра переживала свой золотой век. Сотрудники вели экспедиционные работы практически по всей территории СССР, выполняли огромный объем прикладных географических исследований, имевших значение для рекреации и туризма. Кафедра стала одним из основных научных центров страны по ландшафтоведению. На кафедре быстро росло число докторов наук. В середине 1980-х годов на кафедре работали девять докторов наук (Н.А. Гвоздецкий, К.Н. Дьяконов, Т.В. Звонкова, А.Е. Криволуцкий, А.А. Макунина, Н.И. Михайлов, В.А. Николаев, Н.А. Солнцев, А.И. Шульгин). По такому числу представителей высшего научного звена с кафедрой физической географии СССР не могла состязаться ни одна другая кафедра географического факультета.

Многие годы руководя кафедрой физической географии географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Н.А. Гвоздецкий заботился о развитии комплексной физической географии, особое внимание уделяя именно горным ландшафтам. Это проявилось и в чтении им в курсе региональной физической географии СССР лекций по горным физико-географическим провинциям (Карпаты, Крым, Кавказ, горы Средней Азии), и в проведении полевых практик студентов кафедры, и в руководстве семинаром кафедры по горным ландшафтам. Слушателем этого семинара в свое время был академик В.М. Котляков, окончивший кафедру физической географии СССР и считающий Н.А. Гвоздецкого своим учителем. Многие выпускники географического факультета МГУ с чувством благодарности вспоминают Николая Андреевича, его содержательные лекции, сопровождавшиеся личными впечатлениями от посещенных им мест. Уместно отметить капитальную монографию «Физико-географическое районирование СССР» [6], идея создания которой принадлежала Н.А. Гвоздецкому. На работу над монографией им был мобилизован коллектив кафедры. Он же был и научным редактором книги.

Характерной особенностью Н.А. Гвоздецкого как ученого было уважение к чужим научным взглядам. Чужая точка зрения, пусть и не совпадающая с его собственной, не отвергалась apriori. Она рассматривалась как равноправный научный подход, подлежащий внимательному анализу и аргументированному обсуждению. Особенно ярко такой стиль проявлялся в обсуждениях научных вопросов с многочисленными учениками.

В 1987 году Николай Андреевич пережил инфаркт и уже не мог руководить кафедрой. На свое место он предложил доктора географических наук К.Н. Дьяконова. Профессор Н.И. Михайлов настаивал на кандидатуре своего ученика И.Е. Тимашева. Выбор коллектива остановился на Кирилле Николаевиче Дьяконове. Николай Андреевич работал дальше на кафедре в должности профессора-консультанта. Член-корреспондент РАН К.Н. Дьяконов и сейчас успешно руководит кафедрой, которая теперь носит название «кафедра физической географии и ландшафтоведения».

Общественно-научная деятельность Н.А. Гвоздецкого была очень разнообразной. Он являлся организатором нескольких всесоюзных межвузовских научных конференций по районированию СССР для целей сельского хозяйства, участвовал в международных конгрессах по природному районированию, был инициатором и организатором программного доклада на VI съезде Географического общества в Тбилиси. По инициативе Н.А. Гвоздецкого на VII съезде Географического общества СССР во Фрунзе была создана секция по комплексному географическому изучению и картографированию горных территорий. Н.А. Гвоздецкий был почетным членом Венгерского общества по исследованию карста и пещер, Сербского географического общества, географических обществ Азербайджанской ССР и Грузинской ССР.

Николай Андреевич был членом Совета по естественным наукам МГУ и Ученого совета географического факультета МГУ. Среди его должностей – член президиума Научно-технического совета по высшему географическому образованию при Министерстве высшего и среднего образования СССР, председатель специализированного Ученого совета по физической географии МГУ, на котором осуществлялись защиты

кандидатских и докторских диссертаций, член нескольких специализированных советов и научных обществ, редколлегий ряда издательств, сборников «Землеведение», председатель Карстовой комиссии АН СССР, физико-географической секции ГО СССР, руководитель географической секции МОИП.

Из отзывов коллег о Николае Андреевиче хочется процитировать Ю.Г. Симонова:

«Был он пунктуален и исполнителен. Вряд ли его можно было назвать человеком общительным, но с ним легко имели дело и дружили такие энергичные люди, как Г.К. Тушинский.

Я думаю, что если бы этой не самой простой кафедрой на факультете руководил не Н.А. Гвоздецкий, а кто-либо другой, то, может быть, и не было бы научных результатов, которыми мы теперь гордимся, и, может быть, не было бы и учения о ландшафтах. Думаю также, что многочисленные заседания советов и комиссий могли бы проходить иначе, не будь среди участников людей, похожих на Николая Андреевича. На них решались достаточно сложные вопросы, многие из которых определяли судьбу географического образования середины XX столетия в нашей стране. Единства во взглядах по этому вопросу у разных географических школ не было, и надо было уметь находить компромиссы. У меня нет личного опыта совместного участия с Николаем Андреевичем в работе подобных советов, но думаю, что он это умел. Этим я объясняю те высокие награды, которых удостоен Николай Андреевич. Его замечали рядовые географы и высокое начальство…

Многие считали Николая Андреевича “формалистом” и “сухарем”, но он был человеком эмоциональным. Так, он был великолепным пианистом, иногда принимал участие в смотрах нашей факультетской самодеятельности. Или иногда приходил на факультет с теннисной ракеткой в портфеле, и было просто представить его себе на корте. Он был хорошим товарищем и надежным партнером.

Мы все должны быть ему благодарны за то, что он сумел не только сохранить многое из того, что было сделано в физической географии в Московском университете, но без его активного участия в этом наш факультет никогда бы не стал тем факультетом, который я хорошо знаю» [7].

Николай Андреевич был очень чуткий человек. В 1991 году его переселили из дома на Скатертном переулке на Кутузовский проспект. Николаю Андреевичу было это тяжело и непривычно в новой квартире. В то же время в Москве в числе беженцев из Абхазии появилась семья его друга Шота Викторовича Лашхиа. Им негде было жить. И Николай Андреевич предоставил им комнату в новой своей квартире, где они прожили несколько лет и обитали еще после его смерти.

Николай Андреевич был незаурядным художником, играл на скрипке и фортепьяно. Акварелями Н.А. Гвоздецкого украшены книги «Природа мира: Горы» и «Катастрофы в истории Земли и человека» (автор – Ю.Н. Голубчиков). Рисунки Н.А. Гвоздецкого иллюстрируют его книгу «Природа мира: Карст».

В мае 1984 года географической секцией Московского общества испытателей природы была организована выставка рисунков Н.А. Гвоздецкого на тему «Природа и ландшафты гор». Экспонировались 44 работы, преимущественно акварели, несколько рисунков выполнены цветными карандашами и фломастерами. Выставленные рисунки охватили весь период экспедиционной деятельности Н.А. Гвоздецкого с 1935 года (горы Крыма, Западного Кавказа, Дальнего Востока) по 1982 год (Карпаты, Южный Урал). Некоторые рисунки выполнены еще в студенческие годы. Экспонировались зарисовки, сделанные во время поездок в Крым (1951), на Кавказ (1951, 1953, 1975, 1980, 1981), материалы поездок в Хибины (1966), на Алтай (1973), рисунки, выполненные во время Ферганской экспедиции 1946 года (Кичик-Алай), Монголо-Тяньшанских экспедиций (1957, 1962). Пейзажи гор пустынных районов Средней Азии и Южного Казахстана (Тамдытау в пустыне Кызылкум, Мангышлакское нагорье) были сделаны в экспедициях 1958 и 1976 годов.

При выполнении экспедиционных зарисовок Н.А. Гвоздецкий ставил перед собой задачу передачи «портретного сходства» с наблюдаемыми ландшафтами или какими-либо отдельными природными объектами.

Из наград Н.А. Гвоздецкий особенно ценил Золотую медаль им. Н.М. Пржевальского Всесоюзного географического общества 1974 года. В том же году ему было присвоено звание «Заслуженный деятель науки РСФСР». Николай Андре-

евич награжден пятью правительственными медалями, в том числе «За победу над Германией в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов», «За доблестный труд». В 1992 году он был удостоен Большой золотой медали Географического общества СССР. Из других наград важными были премия Д.Н. Анучина (1968) за учебник «Физическая география СССР», золотые медали иностранных университетов и обществ, медали ВДНХ за участие в создании региональных атласов. Неоднократно он награждался почетными дипломами Географического общества СССР.

Ученики Николая Андреевича бережно хранят память о нем. Он подготовил пять докторов и 28 кандидатов наук. Среди его учеников выдающийся географ современности, почетный президент Русского географического общества, академик РАН Владимир Михайлович Котляков, заместитель директора института геоэкологии РАН, доктор географических наук, профессор Алексей Сергеевич Викторов, доктор географических наук, профессор Алексей Николаевич Гуня, доцент кафедры физической географии и ландшафтоведения Марина Николаевна Петрушина, старший научный сотрудник Музея землеведения МГУ Лия Викторовна Ромина. С благодарностью вспоминаем мы Николая Андреевича, и его имя живет в нашей науке.

Память о Николае Андреевиче Гвоздецком хранят названные его именем карстовая шахта на Караби-Яйле в Крыму (глубиной 191 м), крупные гроты в Дивьей пещере на Урале и в системе Кулогорской пещеры на междуречье Пинеги и Кулоя, ледник в бассейне р. Сарканд на Джунгарском Алатау в Средней Азии, несколько гротов в карстовых пещерах.

Для современной рекреации и туризма в первую очередь важны книги Н.А. Гвоздецкого «Карст» и «Горы» в серии «Природа мира».

Литература и источники

1. Гвоздецкий Н.А. В пещерах Абхазии // География в школе. 1940. № 4. С. 9–15.

2. Гвоздецкий Н.А., Голубчиков Ю.Н. Горы. М.: Мысль, 1987. 399 с. (Серия «Природа мира»).

3. Снытко В.А., Самойлова Г.С. Профессор Н.А. Гвоздецкий как исследователь Кавказа // Современные проблемы геологии, геофизики и геоэкологии Северного Кавказа. Грозный, 2012. С. 65–67.

4. Ландшафтное картографирование и физико-географическое районирование горных областей / под ред. Н.А. Гвоздецкого. М.: Изд-во МГУ, 1972. 236 с.

5. Гвоздецкий Н.А. Карст. М.: Мысль, 1981. 214 с. (Серия «Природа мира»).

6. Физико-географическое районирование СССР. Характеристика региональных единиц / под ред. Н.А. Гвоздецкого. М., 1968. 575 с.

7. Симонов Ю.Г. Солнцев Николай Адольфович, Гвоздецкий Николай Андреевич, Михайлов Николай Иванович // История географии в Московском университете: события и люди. Т. 2. Ч. II / под ред. Т.Ю. Симоновой. М.: АПР, 2017. С. 363–364.

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО РАЙОНИРОВАНИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL BASES OF TOURIST AND RECREATIONAL ZONING FOR THE IMPLEMENTATION OF STATE SUPPORT MEASURES IN THE FIELD OF TOURISM

УДК 338.48

А.А. Шабаков, *аспирант кафедры рекреационной географии и туризма Географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова,*
lokolexus@gmail.com
г. Москва, Россия

© Шабаков А.А., 2021

A.A. Shabakov, *Postgraduate student of the Department of Recreational Geography and Tourism of the Geographical Faculty of the Lomonosov Moscow State University, lokolexus@gmail.com*
Moscow, Russia

Ключевые слова: туристско-рекреационное районирование; туристическое территориальное планирование (проектирование); туристический территориальный проект; межрегиональные связи.

Keywords: tourist and recreational zoning; tourist territorial planning (design); tourist territorial project; interregional relations.

Рассматриваются научно-методические основы туристско-рекреационного районирования для реализации мер государственной поддержки в сфере туризма. Акцент сделан на поиске комплексных и согласованных решений по созданию и развитию центров туристского притяжения в регионах и межрегиональному взаимодействию с учетом неравномерности распределения туристско-рекреационных ресурсов и потенциала, а также построения соответствующей системы управления в указанных регионах. Проанализирован опыт проектирования туристско-рекреационного районирования. Перечислены общие недостатки по результатам проектирования туристско-рекреационных районов в предыдущие годы и даны рекомендации в рамках последующего проектирования новой сетки туристско-рекреационного районирования.

The article discusses the scientific and methodological foundations of tourist and recreational zoning for the implementation of state support measures in the field of tourism. The emphasis is placed on the search for integrated and coordinated solutions for the creation and development of tourist attraction centers in the regions and interregional interaction, taking into account the uneven distribution of tourist and recreational resources and potential, as well as the construction of an appropriate management system in these regions. The experience of designing tourist and

recreational zoning is analyzed. The general shortcomings of the results of the design of tourist and recreational areas in previous years are listed and recommendations are given as part of the subsequent design of a new grid of tourist and recreational zoning.

В настоящее время Ростуризмом разработан Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» (далее – Нацпроект), в составе которого предполагается реализация трех федеральных проектов: «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов», «Совершенствование государственного управления в сфере туризма».

В составе Нацпроекта предусматривается набор мер государственной поддержки, направленных на развитие туристической отрасли в субъектах Российской Федерации, включая туристическое территориальное планирование (проектирование) на уровне Российской Федерации и туристических макрорегионов.

В рамках проекта плана-графика[1] разработки федеральных туристических межрегиональных схем территориально-пространственного планирования в 2022–2025 годах предполагается создание 12 туристских макротерриторий: «Крымский полуостров», «Дальний Восток», «Большое Золотое Кольцо», «Из Москвы в Санкт-Петербург», «Юг России», «Кавказ», «Байкал», «Русская Балтика», «Большой Алтай», «Большой Урал», «Большая Волга», «Русский Север и Арктика».

Целью разработки туристического территориального проекта являются:

- рост туристского потока и объема привлеченных инвестиций за счет формирования условий и инфраструктуры для пространственного развития территории;
- создание связанных межрегиональных туристических маршрутов, учитывающих диверсификацию видов туризмов и современные тенденции предложения туристского продукта;
- развитие существующих и новых туристских продуктов.

[1] Письмо Федерального агентства по туризму от 23.06.2021 № 10208/ЕЛ.

Создание туристического территориального проекта позволит заложить основы и современные тренды в развитие туристской индустрии территорий на среднесрочную и долгосрочную перспективу, выявить объекты притяжения туристов, повысить привлекательность территорий, сохранить историко-культурные ценности, синхронизировать и объединить текущие и потенциальные инвестиционные проекты с существующими объектами туристической и транспортной инфраструктуры в современный и комплексный туристский продукт.

В процессе разработки туристического территориального проекта будут проведены комплексные маркетинговые исследования, оценка текущей и потенциальной туристической привлекательности регионов, анализ существующих правовых режимов, социальных и экономических перспектив, существующих градостроительных, инфраструктурных и иных ограничений, а также сформированы предложения о рациональном использовании пространственных и иных туристических ресурсов территорий.

Среди основных этапов разработки туристического территориального проекта предусмотрено подписание соглашений о межрегиональном сотрудничестве в сфере развития туризма, так как туристский территориальный проект будет охватывать территорию нескольких регионов страны. Также важным этапом станет согласование границ разработки проекта и внесение соответствующих изменений в документы территориального планирования.

В этой связи актуальной становится задача поиска комплексных и согласованных решений по созданию и развитию центров туристского притяжения (туристских «магнитов») в регионах и межрегиональному взаимодействию с учетом неравномерности распределения туристско-рекреационных ресурсов и потенциала, а также построения соответствующей системы управления в указанных регионах.

Одним из таких решений может стать проведение туристско-рекреационного районирования. Методика туристско-рекреационного районирования позволяет получить целостное представление о состоянии, факторах и перспективах развития туризма на всех частях территории, сравнить их между

собой и использовать эти сведения в планировании и управлении туристской индустрией.

Разработка научных принципов туристско-рекреационного районирования и дальнейшее их развитие позволяют:

• выявлять туристские ресурсы, а также другие предпосылки для вовлечения еще не освоенных мест с точки зрения туризма;

• выделять и создавать новые туристские регионы, районы;

• правильно определять их туристскую специализацию, переносить опыт развития туризма из одних районов в другие с аналогичными условиями;

• дифференцированно относиться к многообразным по условиям туристским районам;

• определить туристский потенциал района для возможности привлечения на его территорию туристов из других регионов.

Далее в рамках данной статьи полагаем целесообразным обратиться к опыту исследований в области туристско-рекреационного районирования.

Первые работы по тематике туристско-рекреационного районирования были разработаны в 1970-х годах в СССР группой ученых Института географии АН СССР под руководством известного географа, основоположника рекреационной географии и рекреалогии, профессора В.С. Преображенского: было проведено комплексное рекреационное районирование СССР применительно ко всем видам туризма, которое отражало состояние отрасли на тот период и перспективы его развития (рис. 1). Территория СССР была разделена на 20 рекреационных районов [5, с. 150].

В работе В.С. Преображенского были использованы следующие районообразующие признаки:

• функциональная структура района – определяются рекреационные ресурсы, занимающие доминирующее направление развития туризма (ученый выделяет на этом этапе полифункциональные и монофункциональные районы);

• степень рекреационной освоенности (развитости) района – автор получает данный параметр с помощью отношения общего количества мест в предприятиях отдыха к площади района;

• степень открытости района – параметр отражает процентное соотношение приезжих туристов и местных отдыхающих в учреждениях отдыха;

• перспективность района – в СССР в условиях плановой экономики определялась уровнями бюджетных расходов на развитие туристского района.

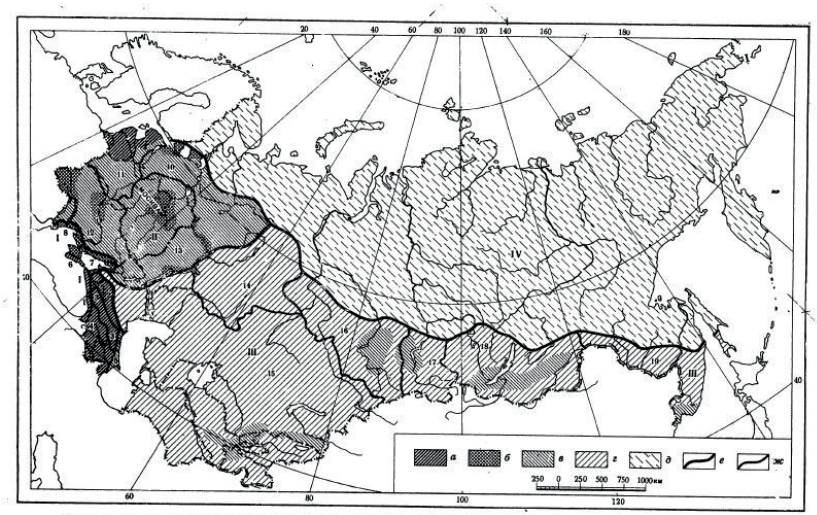


Рис. 1. Схема рекреационного районирования
(Б.Н. Лиханов и В.С. Преображенский)

Дальнейшее развитие туризма в середине 1970-х и первой половине 1980-х годов привело к изменению оценки степени развитости районов и потребовало коррекции районирования, что и было выполнено одним из авторов первоначального варианта И.В. Зориным, который выделил пять зон и 31 район.

Третье районирование выполнили И.В. Зорин и В.А. Квартальнов в начале 1990-х годов сразу после распада СССР, когда изменились не только административные границы страны, но и границы туристских районов. Было проведено районирование стран СНГ.

В настоящее время предпринимаются попытки разработки нового варианта туристско-рекреационного районирования в условиях развития рыночной экономики. В Российской международной академии туризма (РМАТ) была сделана попытка создать новую схему рекреационного районирования России, которая в последующие годы постоянно анализировалась и уточнялась (рис. 2). В структуре туристско-рекреационного пространства России выделяют пять четко отличающихся друг от друга рекреационных зон (Европейский Север, Центр России, Юг России, Азиатский Север, Юг Сибири), включающих 23 рекреационных района. Среди районообразующих признаков необходимо выделить следующие:

- географическое положение входящих в состав зоны районов;
- действие основных факторов развития туризма на данной территории (рекреационные потребности местного населения, условия их удовлетворения, рекреационные ресурсы);
- характеристика рекреационного потенциала – природных рекреационных ресурсов (ландшафтов, биоклимата, гидроминеральных ресурсов), экологического состояния природной среды, историко-культурного потенциала (памятников культурного наследия и объектов социальной инфраструктуры), степень развития туристской инфраструктуры и материальной базы туризма;
- функциональная структура туризма и доминирующие направления;
- проблемы и перспективы рекреационного освоения.

А.И. Зыряновым в начале 2000-х годов предложена авторская сетка туристско-географического районирования России: выделено девять основных районов и 33 подрайона (рис. 3). Автор подчеркивает приверженность принципам комплексного подхода в конструировании районов. Данный подход должен учитывать многообразные факторы: позиционные, природные, социально-экономические и административные, транспортные, культурно-исторические и геополитические, плотности туристских процессов и завершенности маршрутов.

Рис. 2. Схема рекреационного районирования России (РМАТ)

Автор выделяет следующие принципы туристского районирования [3, с. 272]:

- учет границ субъектов Российской Федерации;
- гравитационный принцип (наличие ядра тяготения) (Новосибирск, Красноярск);
- выделение транспортного коридора как оси района (Средний Урал, где Пермский край и Свердловская область связаны Транссибом и другими широтными транспортными потоками);
- физико-географический принцип (Верхневолжье, Южный Урал);
- позиционная определенность (Кольский полуостров, Камчатка);
- маршрутный принцип («Золотое кольцо»);
- отношение к центру и периферии (Москва, Санкт-Петербург);

• наличие рек (Среднее и Нижнее Поволжье);
• культурно-исторический принцип (Русский Север);
• комплекс географических природных и культурных особенностей (Карелия);
• уникальный природный объект в центре района (Байкал и Прибайкалье).

Рис. 3. Схема туристско-географического районирования России (А.И. Зырянов)

Дополнительно следует отметить, что в 2010-х годах в рамках подготовки проекта федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)»[1] с учетом имеющегося опыта по изучению и оценке туристского потенциала регионов

[1] В соответствии с поручением Правительства Российской Федерации от 23.10.2018 № ДМ-П44-7233р разработка проекта федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» приостановлена.

Российской Федерации с точки зрения перспектив развития различных видов туризма и выработке подходов к развитию туристской инфраструктуры, учитывающих специфику географического положения и климатических условий регионов, а также различия в уровне финансовой обеспеченности субъектов Российской Федерации, был сформирован стратегический географический каркас, основанный на перспективных туристских укрупненных инвестиционных проектах и территориальной приоритетной структуре развития инфраструктуры туризма в зависимости от действующих центров притяжения туристов.

Выделено 15 перспективных туристских укрупненных инвестиционных проектов, привлекающих туристов и обладающих высоким потенциалом расширения туристского предложения по конкретным приоритетным видам туризма[1]:

1. В рамках оздоровительного туризма:

• проект «Черноморское побережье» (Краснодарский край, Республика Крым, г. Севастополь);

• проект «Приволжье» (Оренбургская область, Республика Башкортостан);

• проект «Кавказ» (Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Республика, Ставропольский край, Республика Северная Осетия – Алания, Республика Ингушетия, Республика Адыгея);

• проект «Каспий» (Астраханская область, Республика Дагестан, Республика Калмыкия).

2. В рамках культурно-познавательного туризма:

• проект «Серебряное ожерелье России» (Архангельская, Вологодская, Мурманская, Ленинградская, Новгородская, Псковская области, г. Санкт-Петербург, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ);

• проект «Центральная Россия» (субъекты Российской Федерации, входящие в состав Центрального федерального округа);

• проект «Русская Балтика» (Калининградская область);

[1] Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05.05.2018 № 872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2019–2025 годы)”».

• проект «Урал» (Свердловская и Челябинская области, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра).

3. В рамках активного туризма:

• проект «Сибирь» (Алтайский край, Кемеровская и Новосибирская области, Республика Хакасия, Республика Тыва, Республика Алтай).

4. В рамках круизного туризма:

• проект «Приморье» (Приморский край);

• проект «Волжский путь» (Самарская, Ульяновская, Нижегородская, Пензенская, Саратовская, Тверская, Астраханская, Ивановская, Костромская, Волгоградская, Ярославская области, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Республика Марий Эл, Чувашская Республика);

• проект «Русская Арктика» (Архангельская, Мурманская области, Ямало-Ненецкий автономный округ, Красноярский край, Республика Саха (Якутия));

• проект «Амур» (Хабаровский край, Амурская область, Еврейская автономная область);

• проект «Камчатка – Сахалин» (Камчатский край, Сахалинская область).

5. В рамках экологического туризма:

• проект «Байкал» (Иркутская область, Республика Бурятия, Забайкальский край).

Рассмотрев представленные варианты туристско-рекреационного районирования, в целом следует отметить следующие недостатки в части обоснования решений по проектированию различных «сеток» туристско-рекреационного районирования:

• слабая проработка математических подходов и статистических методов в проектировании туристско-рекреационных районов, так как наибольшее внимание исследователи уделяют историческому, описательному и сравнительному методам;

• отсутствие единой разработанной и всеобъемлющей типологии туристских объектов и видов туризма не позволяет комплексно выявить туристский район;

• недостаточное исследование межрегиональных связей, характера и направленности туристских потоков между регионами при исследовании туристских районов;

• недостаточная проработка рекомендаций для реализации мер государственной поддержки для окраинных (маргинальных) районов.

Таким образом, создание принципиально новой сетки туристско-рекреационного районирования с учетом недостатков при обосновании предыдущих решений по проектированию различных «сеток» туристско-рекреационного районирования может поспособствовать раскрытию туристско-рекреационного потенциала той или иной территории, содействовать укреплению межрегионального, межотраслевого сотрудничества и развитию всей туристской инфраструктуры.

Литература и источники

1. Ашугатоян С.Г. Эволюция территориальной организации въездного и внутреннего туризма в Турции: дис. … канд. геогр. наук. М., 2018. 205 с.

2. Зырянов А.И. География туризма: от теории к практике: монография. Пермь, 2018. 416 с.: ил.

3. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества. Пермь, 2006. 372 с.

4. Кружалин В.И., Шабалина Н.В., Цыщук Е.А. Научно-методические подходы к туристско-рекреационному проектированию: муниципальный уровень // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Естественные науки». 2019. № 3. С. 9–26.

5. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.

6. Крыстев В.К. Туристское районирование: дискурс о методе // Вестник Московского университета. Серия 5 «География». 2019. № 5. С. 50–59.

7. Межрегиональный туристский проект «Западный фасад России» / науч. ред. В.М. Котляков. Смоленск: Свиток, 2020. 240 с.

8. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 207 с.

9. Преображенский В.С. Теоретические основы рекреационной географии. М.: Наука, 1975. 224 с.

СЕКЦИЯ 2

Образование и подготовка кадров для рекреации и туризма в условиях пандемии и постпандемии

ОПЫТ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ПРИКЛАДНЫХ НАУК БРЕМЕРХАФЕНА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ КРУИЗНОЙ ИНДУСТРИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ И ПОСТПАНДЕМИИ

EXPERIENCE OF THE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES BREMERHAVEN IN TRAINING SPECIALISTS FOR THE CRUISE INDUSTRY IN THE PANDEMIC AND POST-PANDEMIC PERIOD

УДК 338.62

М.Е. Беломестнова, *доцент кафедры туризма и гостиничного дела Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма, m.kurdakova@gmail.com*
г. Москва, Россия

M.E. Belomestnova, *Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business Federal State Budgetary Educational Establishment of Higher Education «Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism, m.kurdakova@gmail.com*
Moscow, Russia

Ключевые слова: туризм; круизный туризм; подготовка кадров; пандемия COVID-19; высшее профессиональное образование в Германии; менеджмент круизного туризма.

© Беломестнова М.Е., 2021

Keywords: tourism; cruise tourism; training; COVID-19 pandemic; higher professional education in Germany; cruise tourism management.

Анализируется практический опыт подготовки бакалавров по программе «Менеджмент круизного туризма», реализуемой в Высшей школе прикладных наук Бремерхафена (Германия). Дается характеристика учебного процесса подготовки бакалавров, изучаются изменения, вызванные пандемией COVID-19, даются рекомендации по выстраиванию учебного процесса в постпандемийный период.

The article analyzes the practical experience of training bachelors in the program «Management of cruise tourism», implemented at the Higher School of Applied Sciences Bremerhaven (Germany). A characteristic of the educational process for training bachelors is given, the changes caused by the COVID-19 pandemic are studied, recommendations are given on building the educational process in the post-pandemic period.

Программы подготовки бакалавров и магистров Высшей школы прикладных наук Бремерхафена (Германия) в силу своего географического положения (в устье р. Везер, Северное море) имеют морской профиль. В настоящее время в вузе обучаются более 3 тыс. студентов на 25 программах бакалавриата и магистратуры [1]. Учебное заведение имеет богатую историю: предшественниками его были Школа мореплавания (основана в 1879 году) и Городской технических центр (открыт в 1884 году).

Программы обучения в вузе подразделяются на четыре крупные группы:

- «Энергетика и морские технологии»;
- «Науки о жизни» (биология, биотехнологии, медицина и др.);
- «Логистика и информационные системы»;
- «Туризм и менеджмент».

В рамках последней группы реализуется программа бакалавриата «Менеджмент круизного туризма» (Cruise Tourism

Management). Круизный туризм охватывает все стороны туристской индустрии – транспортную составляющую, размещение, питание, развлечения на борту, экскурсионный компонент. До пандемии круизы были самым быстрорастущим сегментом туристской индустрии в мире [2].

Все курсы данной программы читаются на английском языке. При поступлении требуется подтвердить уровень владения английским языком C1 (дополнительно для иностранных студентов – уровень владения немецким языком от A1).

Программа «Менеджмент круизного туризма» ориентирована на подготовку кадров для руководящих должностей в круизном секторе. Данная программа уникальна. Срок обучения – 4 года (очная программа, 240 кредитов ECTS) [3], после чего выпускникам присваивается степень Bachelor of Arts, и они имеют возможность прохождения годичной магистерской программы.

В учебном плане программы – один год за границей (один учебный семестр и один семестр стажировки): студенты могут учиться в университетах-партнерах или проходить практику в компаниях по всему миру. В связи с пандемией с марта 2020 года эти поездки были приостановлены.

Структура учебного процесса на программе «Менеджмент круизного туризма» базируется на трех компонентах: прежде всего, это фундаментальный блок «Бизнес и менеджмент» (основа обучения), затем блок «Туризм и круизы» (специализированные знания) и, наконец, блок «Дополнительные компетенции» (например, Soft Skills).

Программа «Менеджмент круизного туризма» рассчитана на восемь учебных семестров, в течение которых студенты изучают базовые модули и один интеграционный модуль, который позволяет применить знания, полученные в рамках базовых модулей (используются технологии проблемного и проектного обучения) [4]:

• в первом семестре «Осмысление бизнеса» дается общая картина экономической деятельности и процесса принятия решений, функционирования компаний, деловой среды и управления;

- второй семестр «Разработка предложений и продуктов» посвящен рынку и клиентоориентированному управлению продуктами;
- в третьем семестре «Разработка систем деятельности» изучаются бизнес-модели и процессы, цепочки создания стоимости и сети создания стоимости, с помощью которых ресурсы преобразуются в продукты;
- в фокусе внимания четвертого семестра «Управление ресурсной базой» – ресурсы, их ценность и нехватка, их эффективное и устойчивое использование;
- пятый и шестой семестры позволяют студентам расширить горизонты, пройдя обучение в одном из университетов-партнеров или попав на стажировку в международную компанию, находящуюся за рубежом;
- седьмой семестр «Управление развитием бизнеса» посвящен вопросам корпоративного развития (открытие бизнеса, инновации, стратегия и организационные изменения), в этом же семестре студенты начинают свой годовой консалтинговый проект;
- в восьмом семестре студенты обобщают все полученные знания и пишут бакалаврскую работу.

При этом при реализации в пятом и шестом семестрах «года за рубежом» (до пандемии) студентам предлагалось на выбор [5]:

- теоретический семестр в зарубежном университете («Семестр за рубежом») и практический семестр («Стажировка») с как минимум 120-дневным пребыванием в компании (присутствие на рабочем месте, исключая отпуск и больничные);
- студенты завершают практический учебный год («Годовая стажировка»), проведя в компании не менее 220 дней (присутствие на рабочем месте, исключая отпуск и больничные).

Практика проходит за рубежом или на борту круизного лайнера. При этом практика в неевропейской стране считается особенно полезной. К зарубежной стажировке или обучению допускаются только те студенты, которые успешно завершили обучение на предыдущих курсах.

Благодаря быстрому переходу на цифровые форматы обучения и разработке обширных концепций гигиены обучение в Высшей школе прикладных наук Бремерхафена по програм-

ме «Менеджмент круизного туризма» в последние семестры сохранялось на высоком уровне (за исключением организации стажировок и обучения за рубежом).

Потенциал элементов цифрового обучения по программе «Менеджмент круизного туризма» в значительной степени зависит от типа курса, поэтому изучение предметов, содержащихся во многих практических курсах, сопровождается особыми проблемами из-за пандемии коронавируса.

Например, проведение лабораторных стажировок или экскурсий во время пандемии может быть гарантировано только при наличии сложных гигиенических концепций, поскольку чисто цифровые мероприятия здесь не предлагают адекватной замены. Во время пандемии COVID-19 многие студенты Высшей школы прикладных наук Бремерхафена сталкивались с проблемами из-за отсутствия доступа к учебной инфраструктуре (учебным помещениям, библиотеке и т.д.). Также затруднено было общение с преподавателями и между самими студентами.

В предстоящие семестры, в которых будет происходить постепенное возвращение к нормальной работе Высшей школы прикладных наук Бремерхафена, внимание при подготовке кадров для круизной индустрии должно быть сосредоточено на следующем.

Многие студенты программы «Менеджмент круизного туризма» отмечают, что во время пандемии университет не гарантировал доступ к необходимой для обучения инфраструктуре. Поскольку использование учебных помещений, библиотеки и компьютерных залов имеет решающее значение для успешного обучения многих студентов, Высшая школа прикладных наук Бремерхафена должна прилагать больше усилий для обеспечения еще лучшего доступа к инфраструктуре.

Могут быть полезны онлайн-системы, например такие, с помощью которых можно заранее зарезервировать помещения и учебные места на определенный период времени. Для того чтобы студенты могли хорошо распределиться между местами, требующими бронирования, следует рассмотреть возможность увеличения времени работы библиотеки или учебных помещений. Университеты также должны уделять больше внимания оцифровке необходимой для учебы литературы.

Во время пандемии COVID-19 особенно страдал социальный и профессиональный обмен между студентами. Поэтому в предстоящие семестры Высшая школа прикладных наук Бремерхафена должна уделять больше внимания сетевому взаимодействию студентов. Должны быть доступны инструменты для совместной работы или видеоконференций, необходимо предлагать мероприятия, на которых студенты знакомятся друг с другом в меняющихся небольших группах.

Высшая школа прикладных наук Бремерхафена должна определить возможные уроки, извлеченные из пандемии. Зарекомендовавшие себя подходы также следует продолжать в «нормальном режиме». В течение последних семестров было разработано множество инновационных решений, которые не только помогли справиться с пандемией, но и могут быть использованы в постпандемийных условиях.

В рамках реализации программы «Менеджмент круизного туризма» возможно и дальше использование таких концепций, как смешанное обучение или встречи в цифровом формате. Однако чистое онлайн-обучение и гибридное обучение не могут рассматриваться как среда обучения будущего, в том числе из-за специфики туристской и круизной индустрии.

Поэтому преимущества аналогового обучения и преимущества цифровых обучающих элементов должны быть объединены и взаимно обогащать друг друга. Концепции смешанного обучения, такие как «перевернутый класс», обладают при обучении туризму большим потенциалом, когда учебный контент передается, например, через видео, а форматы присутствия используются для совместного обучения и обсуждения.

Литература и источники

1. Официальный сайт Высшей школы прикладных наук Бремерхафена (Hochschule Bremerhaven). URL: https://www.hs-bremerhaven.de (дата обращения: 12.09.2021).

2. Cerveny L.K., Miller A., Gende S. Sustainable Cruise Tourism in Marine World Heritage Sites // Sustainability. 2020. № 12. P. 611.

3. Учебный план программы «Менеджмент круизного туризма» (CTM Curriculum). URL: https://www.hs-bremerhaven.de/fileadmin/user_upload/ Studienangebot/CTM/Downloads/2019-03-11_CTM_Curriculum_ab_WS_18_ 19.pdf (дата обращения: 12.09.2021).

4. Справочник по программе «Менеджмент круизного туризма» (Module Handbook BA Cruise Tourism Management (CTM)). URL: https://www.hs-bremerhaven.de/fileadmin/user_upload/Studienangebot/CTM/Downloads/Module _Handbook_CTM_2019-03-11.pdf (дата обращения: 12.09.2021).

5. Порядок организации экзаменов у бакалавров по программе «Менеджмент круизного туризма» (Bachelorprüfungsordnung der Hochschule Bremerhaven für den Studiengang Cruise Tourism Management). URL: https://www.hs-bremerhaven.de/fileadmin/user_upload/Studienangebot/CTM/ Downloads/2019_BPO_CTM_ABl_Nr_0071_signed.pdf (дата обращения: 12.09.2021).

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» ДЛЯ АГРОТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА

FEATURES OF TRAINING IN THE DIRECTION OF “ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS” FOR AGRICULTURAL CLUSTER

УДК 378.241

Ю.В. Жилкова, *доцент кафедры, канд. пед. наук, доцент, kirimova@mail.ru*
С.Ю. Чумикова, *доцент кафедры, канд. полит. наук, s.chumikova@yandex.ru*
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации Российского государственного аграрного университета – МСХА им. К.А. Тимирязева
г. Москва, Россия

© Жилкова Ю.В., Чумикова С.Ю., 2021

Y.V. Jilkova, *Associate Professor, PhD, kirimova@mail.ru*
S.Yu. Chumikova, *Associate Professor, PhD, s.chumikova@yandex.ru*
Department of Public Relations and Speech Communication of the Russian State Agrarian University – K.A. Timiryazev Moscow Agricultural Academy Moscow, Russia

Ключевые слова: высшее образование; агротуризм; кластер; компетенция; реклама и связи с общественностью.

Keywords: higher education; agritourism; cluster; competence; advertising and public relations.

Рассмотрено внедрение новой парадигмы образования в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева», в которой за основу берется компетентностный подход, ориентированный на формирование у человека необходимых компетенций на протяжении всей жизни. Были сформулированы особенности подготовки кадров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» на основе взаимосвязи между запросом рынка труда сферы АПК и профессиональными компетенциями для агротуризма.

The article discusses the introduction of a new paradigm of education at the Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, which is based on a competence-based approach focused on the formation of a person's necessary competencies throughout life. The features of personnel training in the direction of training "Advertising and public relations" were formulated on the basis of the relationship between the demand of the labor market in the agro-industrial complex and professional competencies for agritourism.

Новый тип экономического развития, характерный для современного информационного общества, обусловливает необходимость неоднократно в течение жизни, профессиональной карьеры менять социальный и профессиональный статус, постоянно повышать квалификацию. Это означает, что информация, знания, а также мотивация к их постоянному обновлению и навыки, необходимые для этого, становятся решающим

фактором развития предприятия, отрасли, государства и залогом конкурентоспособности любой деятельности.

С одной стороны, стремительный рост информации приводит к значительному несоответствию между темпами развития техники и технологий и традиционной системой образования, с другой – возрастает роль личности в обществе.

Развитие самых профессиональных компетенций возможно только при определенных условиях. Это и является основой поиска новых подходов к обучению. Более десяти лет на основе этого поиска в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева» (РГАУ–МСХА) решается ряд важных общественно-экономических задач, главными из которых можно признать следующие:

- создание объективных условий для максимального развития личности;
- воспитание у нового поколения субъективной готовности и постоянной потребности в самосовершенствовании;
- реализация саморазвития средствами создания в структуре и содержании образовательного процесса объективных возможностей постоянного обновления;
- обеспечение социальной защищенности каждого человека.

Все вышесказанное свидетельствует о становлении новой парадигмы образования в РГАУ–МСХА, в которой за основу берется компетентностный подход, ориентированный на формирование у человека необходимых компетенций на протяжении всей жизни.

В нашем вузе применяются педагогические технологии, основанные на том, что ключевым аспектом интеллектуального капитала является профессиональный, мотивированный работник с определенным набором необходимых для реализации стратегии организации общекультурных и профессиональных компетенций. Развитие самых профессиональных компетенций возможно только при определенных условиях, которые должны быть максимально приближены к реальным. Это напрямую зависит от тех теоретических подходов и практических методов обучения студентов и магистрантов, кото-

рые используют в своей повседневной работе педагоги и приглашенные практики-работодатели.

Реализация стратегических задач сферы АПК в современных условиях невозможна без вовлеченных и мотивированных студентов и магистрантов, владеющих соответствующими компетенциями, личностно-профессиональный потенциал которых является ключевым фактором повышения экономической эффективности предприятий сферы АПК в условиях динамически изменяющейся окружающей среды, цифровизации экономики и последствий периода пандемии короновируса.

Безусловно, что за последние годы концепция компетентностного подхода стала неотъемлемым составным элементом модели РГАУ–МСХА. Студенты как будущие профессионалы должны обладать стратегическим активом – компетентностью, т.е. личностными и профессиональными знаниями, навыками и моделями поведения, необходимыми для эффективного выполнения своих функций в сфере АПК и агротуризма. Именно отсюда и возникает сущность компетенции, компетентности и модели компетентностного подхода.

Компетенции работника и умение применять знания в профессиональной деятельности помогают компании достигать определенных результатов в соответствии с поставленными стратегическими целями.

На фоне сказанного компетенция является одной из характеристик личности работника, поэтому компетентностный подход призван описывать не столько знания и навыки работника, сколько модель профессионального поведения, с помощью которой устанавливается прямая связь применяемых знаний, умений и навыков с конкретными измеряемыми результатами трудовой деятельности работника, согласованными с общей стратегией развития предприятия [4].

Безусловно, что за последние годы концепция компетентностного подхода стала неотъемлемым составным элементом модели управления персоналом; и в любой современной организации ее персонал необходимо считать тем стратегическим активом, который должен обладать прежде всего компетентностью – личностными и профессиональными знаниями, навыками и моделями поведения, необходимыми для эффективного выполнения своих функций в организации.

Проблемам и перспективам развития агротуризма (сельского туризма) в регионах России посвящены исследования таких отечественных ученых, как Д.А. Уланов, С.К. Волков, В.К. Крутиков и др. Проблемы развития профильного туризма на сельских территориях РФ раскрываются в диссертационных работах Е.Б. Казьминой, В.Ц. Петушиновой и др. Специалисты поднимают вопросы по специфике организации, продвижения и закрепления агротуризма в экономическом сегменте России.

Как правило, агротуризм определяется как путешествия граждан в сельскую местность с туристскими целями для ознакомления с сельским хозяйством, традициями, обычаями и культурой местных жителей [1].

В современной России сфера рекламы и связей с общественностью развивается высокими темпами. Потребность в специалистах в этой области постоянно растет. Практика показала, что они необходимы для продвижения интересов и успешного функционирования государственных и общественных организаций, коммерческих структур, общественных организаций; развития межгосударственных, межэтнических и межконфессиональных отношений, недопущения либо устранения нежелательных для общества явлений.

В 2021 году направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» в России исполнилось 30 лет. В нашей стране подготовка специалистов по связям с общественностью началась на факультете международной информации Московского государственного института международных отношений (МГИМО) в 1991 году. Следует отметить, что содержание подготовки специалистов по связям с общественностью в российских вузах во многом основывается на опыте и традициях соответствующего образования в США и Великобритании. Сегодня эту деятельность осуществляют уже более 100 вузов по всей стране.

С 1995 года обучение по специальности 022000 «Связи с общественностью» в российских вузах велось в соответствии с первым Государственным образовательным стандартом по данной специальности. Одной из его особенностей являлось преобладание журналистских дисциплин. В 2000 году Министерством образования Российской Федерации был вве-

ден новый Государственный образовательный стандарт, который по своему содержанию существенно отличается от стандарта 1995 года.

Главное отличие в том, что все журналистские дисциплины в нем включены в единый блок под названием «Теория и практика массовой информации». Вместе с этим в содержание нового образовательного стандарта включены такие дисциплины, как «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика связей с общественностью» и др., что является вполне оправданным с точки зрения специфики профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью в соответствии с Государственным образовательным стандартом 2000 года (специальности присвоен номер 350400).

Компоненты, составляющие специальность, на начальном этапе теоретико-прикладного освоения полностью идентифицировались с терминами «реклама» и «PR», при этом PR (public relations – связи с общественностью) воспринимались как самодостаточные механизмы, способные решать большинство информационно-коммуникационных вопросов во всех сферах, включая сферу агротуризма.

Однако на следующем этапе появилось понимание того, что это отдельные технологии и часть общего комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). И, наконец, к третьему десятилетию XXI века связи с общественностью как самостоятельное понятие во многом исчезли из мирового и отчасти российского информационного поля и стали заменяться на словосочетания «управление коммуникациями» и «коммуникационный менеджмент». Таким образом, развитие PR-специализации можно рассматривать как становление коммуникационной теории в целом.

Кроме основной формы подготовки специалистов по связям общественностью, в нашей стране на базе вузов существуют и другие формы обучения. Это прежде всего краткосрочные курсы подготовки и переподготовки специалистов по связям с общественностью различных специализаций. Например, учебно-консультационный центр «Арт & Имидж» при Московском государственном университете культуры предлагает девятимесячные курсы для лиц, имеющих высшее обра-

зование, по программе «Специалист по связям с общественностью» и по программе «Имиджмейкер-психолог».

В 2008 году в РГАУ–МСХА началась подготовка студентов по специальности 350400 «Связи с общественностью». Введение новой специальности было вызвано объективной необходимостью, так как развитие агропромышленного комплекса предполагает создание соответствующих служб, координирующих взаимоотношения сферы АПК с обществом и государством. В программу обучения по специальности «Связи с общественностью» входили такие профильные дисциплины, как «Рекламное и выставочное дело», «Теория связей с общественностью, технология коммуникаций», «Планирование и программирование связей с общественностью», «Связи с общественностью в государственных структурах», «Связи с общественностью в бизнесе», «Техника взаимодействия со СМИ» и др.

Агротуристские кластеры являются особым объектом для регулирования в туризме и инструментом по развитию сельского туризма в определенной туристской дестинации [3].

Сельский туризм – достаточно новое направление для развития сельских территорий России. Из года в год повышается понимание широкого спектра возможностей, которые сельский туризм может дать территории: создание рабочих мест; дополнительные доходы для жителей; повышение качества жизни на селе; сохранение наследия и традиций, уклада народов; развитие инфраструктуры; рост гражданской активности и пр.

Аграрный туризм – разновидность сельского туризма, предполагающая временные выезды (путешествия) к отечественному сельскохозяйственному товаропроизводителю, занимающемуся сельским туризмом. Бизнес ориентирован на применение локальных рекреационных резервов и направлен на знакомство с местными обычаями и традициями, крестьянским фермерским хозяйством, а также содействует повышению благосостояния местного населения. При этом надо отметить, что агротуризм развивается именно фермерами, а не крупными сельскохозяйственными товаропроизводителями [2].

Малые и средние фермерские хозяйства, которые являются участниками агротуристского кластера региона, нуждаются

в квалифицированных специалистах в области рекламы, связей с общественностью, журналистики, брендинга, организации ярмарочно-выставочной деятельности и т.д.

На кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации РГАУ–МСХА педагогическим коллективом реализуется направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» [5]. Авторами был проанализирован опыт подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью для сферы агротуризма и выявлен ряд отличительных особенностей:

1. Необходимо определить условия создания концептуальной модели формирования готовности специалистов по рекламе и связям с общественностью к использованию профессиональных компетенций в сфере аграрного туризма.

2. Проектирование содержания обучения по рекламе и связям с общественностью производится по принципу последовательного воплощения стадий проектирования рекламного продукта в агротуризме.

3. Разработка структуры и содержания учебных материалов по рекламе и связям с общественностью в агротуризме учитывает новейшие разработки в рекламном бизнесе и PR, а также методы продвижения в социальных сетях.

4. В учебном процессе выстраиваются содержательные связи в целях интеграции дисциплины «Реклама и связи с общественностью в агротуризме» с профильными дисциплинами.

5. Планирование и выполнение курсового проекта по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в агротуризме» проводится на основе запросов фермерских хозяйств – участников агротуристского кластера различных регионов России.

Литература и источники

1. Гужова Л.Г., Казурова О.А., Суханова К.А. Инфраструктурная модель как научная основа активного развития агротуризма Владимирской области // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т. 14. № 1. С. 108–116.

2. Брянская О.Л., Сангадиева И.Г. и др. Развитие сельского туризма на базе крестьянского (фермерского) хозяйства с разработкой типового проекта в Республике Бурятия // Экономика и предпринимательство. 2020. № 11. С. 52–56.

3. Жиленко В.Ю., Удалых С.К. Кластерный подход как инструмент развития сельского туризма в РФ // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3. № 4.

4. Резникова О.С. Компетентностный подход в управлении персоналом: теория, методология, практика / под ред. О.С. Резниковой. Симферополь: Ариал, 2018. 296 с.

5. Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации // ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева» – официальный сайт. URL: https://www.timacad.ru/education/instituty/institut-ekonomiki-i-upravleniia-apk/kafedra-sviazei-s-obshchestvennostiu-i-rechevoi-kommunikatsii (дата обращения: 14.10.2021).

ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ СО СТУДЕНТАМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КЛУБА ВОЛОНТЕРОВ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ

INNOVATIVE FORMS OF LESSONS WITH STUDENTS IN THE WORLD HERITAGE VOLUNTEER CLUB

УДК 37: 338.48

Г.И. Зорина, *директор Центральных туристских курсов Российской международной академии туризма, канд. пед. наук, доцент, zorina@rmat.ru Московская обл., Россия*

© Зорина Г.И., 2021

G.I. Zorina, *Director of the Central Tourism Courses of the Russian International Academy of Tourism, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, zorina@rmat.ru*
Moscow region, Russia

Ключевые слова: программа Всемирного наследия ЮНЕСКО; объекты Всемирного наследия; волонтеры; Клуб волонтеров Всемирного наследия; сеть АСПнет; Центральные туристские курсы РМАТ.

Keywords: UNESCO World Heritage Program; World Heritage Sites; volunteers; World Heritage Volunteers Club; ASPnet network; RMAT Central Tourism Courses.

Предлагается инновационный проект Центральных туристских курсов РМАТ «Волонтеры Всемирного наследия» для подготовки участников, волонтеров, стажеров, техников, технологов и экспертов для устойчивого развития сети памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО.

An innovative project of the Central Tourism Courses of the RMAT "World Heritage Volunteers" is proposed to prepare participants, volunteers, trainees, technicians, technologists and experts for the sustainable development of a network of UNESCO World Heritage Sites.

2020–2021 годы утверждены ЮНЕСКО годами Волонтеров Всемирного наследия. ЮНЕСКО считает Всемирное наследие высшим проявлением культуры человечества. И все проекты, связанные с этим феноменом, ЮНЕСКО относит к Программе просвещения в области Всемирного наследия.

Образовательная программа Всемирного наследия ЮНЕСКО развивается с 1994 года как ответ на ст. 27 Конвенции о Всемирном наследии в целях расширения участия молодежи в деле защиты нашего общего культурного и природного наследия.

Разработанные образовательные программы просвещения по вопросам Всемирного наследия ЮНЕСКО позволяют молодым людям легко ориентироваться в информации об объектах Всемирного наследия, истории и традициях своей и дру-

гих культур, об экологии и важности охраны биоразнообразия планеты.

Волонтеры полнее осознают угрозы, с которыми сталкиваются эти объекты, и узнают, как международное сообщество в целом объединяется для сохранения нашего общего наследия.

Самое главное – они узнают, как они могут внести свой вклад в сохранение наследия и что нужно сделать, чтобы тебя услышали.

Программой Волонтеров Всемирного наследия руководит Центр Всемирного наследия ЮНЕСКО (WHC), который координирует работу кафедр сети ЮНЕСКО ЮНИТВИН в тесном сотрудничестве с объектами Всемирного наследия ЮНЕСКО, молодежными полевыми лагерями ЮНЕСКО, национальными комиссиями по делам ЮНЕСКО.

В программе Волонтеров Всемирного наследия активно участвует Проектная сеть ассоциированных школ ЮНЕСКО (АСПнет – ASPnet), которая развивается с 1953 года (более чем 10 тыс. школ в 180 странах).

АСПнет осуществляет экспериментальные проекты, направленные на поощрение образования в интересах культуры мира, международного взаимопонимания и устойчивого развития.

Образовательная программа Всемирного наследия относится к флагманским проектам АСПнет. Основная идея: развитие инновационных образовательных проектов Волонтеров Всемирного наследия на основе сети кафедр ЮНЕСКО и сети АСПнет, когда инновации включаются в основное русло образования и тем самым позволяют всем школам извлекать пользу.

Кроме кафедр ЮНЕСКО и сети АСПнет, нашими партнерами в проекте «Волонтеры Всемирного наследия» являются:

- Национальные комиссии по делам ЮНЕСКО;
- Международный совет по памятникам и объектам (ИКОМОС);
- Международный союз охраны природы (МСОП);
- Международный центр по изучению вопросов сохранения и реставрации культурных ценностей (МККРМ);
- Организация городов Всемирного наследия ЮНЕСКО (OWHC);

- Международный совет музеев (ИКОМ);
- Министерства образования, культуры и окружающей среды государств – членов ЮНЕСКО;
- Добровольцы Организации Объединенных Наций (ДООН);
- Координационный комитет по международным добровольческим услугам (ККИВС);
- Детские международные деревни Summer (CISV);
- Всемирная организация скаутского движения (WOSM);
- Институт Земной стражи и др.

Инновационный проект ЦТК РМАТ «Волонтеры Всемирного наследия»

Проект предусматривает организацию совместных образовательных программ ЦТК РМАТ, кафедры РМАТ–ЮНЕСКО, клуба Волонтеров Всемирного наследия и сети школ ЮНЕСКО–АСПнет для подготовки участников, волонтеров, стажеров, техников, технологов и экспертов для устойчивого развития сети памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Компетенции данных специалистов должны обеспечить:

- использование объектов Всемирного наследия в целях просвещения граждан;
- использование объектов Всемирного наследия в целях организации туризма;
- развитие программы «Волонтеры Всемирного наследия»;
- развитие многоуровневого образовательного проекта Всемирного наследия;
- сочетание теоретических и практических форм обучения;
- формирование у участников интереса к обучению;
- построение системы волонтерского самоуправления;
- проектирование новых памятников для сети Всемирного наследия.

Принципиальная схема многоуровневой подготовки участников проекта в рамках компетенций ЦТК РМАТ с использованием организационных и финансовых ресурсов ЮНЕСКО:

1. Начальный уровень: волонтер Всемирного наследия.

2. Технический уровень: страж Всемирного наследия; стажер-исследователь Всемирного наследия.

3. Технологический уровень: туроператор Всемирного наследия; организатор туризма в туристских дестинациях; организатор экспедиций Всемирного наследия; фотограф Всемирного наследия; спасатель; инструктор на маршрутах Всемирного наследия; педагог Всемирного наследия; гид-переводчик; экскурсовод Всемирного наследия; эколог Всемирного наследия; географ Всемирного наследия; археолог Всемирного наследия; этнолог Всемирного наследия.

4. Рекреационный уровень: сценарист событийного туризма; режиссер событийного туризма; продюсер Всемирного наследия; дидакт Всемирного наследия; рекреолог туристских дестинаций.

5. Экспертный уровень: эксперт Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Инициатива ЮНЕСКО «Волонтеры Всемирного наследия» стартовала в рамках образовательной программы ЮНЕСКО по Всемирному наследию в 2008 году в сотрудничестве с Координационным комитетом по международной добровольной службе (ККИВС).

Цель данной инициативы – использование сетевых моделей для мобилизация молодежи, молодежных организаций к деятельности по сохранению и пропаганде Всемирного наследия на уровне местных общин и органов власти, заинтересованных в пропаганде, защите и поощрении памятников Всемирного наследия.

Проект «Волонтеры Всемирного наследия» должен открыть новые возможности для изучения инновационных методов и практики сохранения памятников культуры и охраны окружающей среды. Проект также создает новые возможности сетевого сотрудничества между молодежными организациями, территориальными общинами, органами власти и администрациями объектов Всемирного наследия.

Волонтерские лагеря Всемирного наследия

Лагеря организуются местными молодежными организациями, НПО, учреждениями, связанными с наследием или образованием, а также другими организациями.

В волонтерских лагерях, как правило, проводится не менее 10 полных рабочих дней (от двух до четырех недель), в течение которых молодые добровольцы проводят конкретные мероприятия, включающие как практические профилактические природоохранные мероприятия, так и информационно-просветительские мероприятия по вопросам, касающимся Всемирного наследия, а также другие мероприятия, проводимые совместно с местными общинами. Каждый лагерь вмещает от 10 до 30 национальных и международных волонтеров.

Волонтеры Всемирного наследия координируют свою деятельность в сотрудничестве с CCIVS.

Волонтеры Европейского наследия как филиал Open Houses отвечают за региональную координацию в Европе с 2014 года.

Проект объединяет участников в возрасте от 16 до 30 лет из разных стран вокруг общего проекта, требующего коллективных усилий и участия. Проектные мероприятия разработаны с учетом потребностей принимающей общины, в них уделяется большое внимание контактам и диалогу с местным населением.

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЭКЗАМЕН КАК ВИД ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

DEMONSTRATION EXAM AS PROFESSIONAL TRAINING QUALITY EVALUATION TYPE

УДК 377.352

О.В. Серова, *доцент кафедры экологии, географии и природопользования Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы, канд. биолог. наук, доцент, serowa@mail.ru*
Г.К. Салихова, *преподаватель колледжа, магистр по направлению подготовки «Профессиональное обучение (по отраслям)», Башкирский государственный педагогический университет имени М. Акмуллы, salihova.gln@mail.ru*
Н.А. Майорова, *генеральный директор ООО «Группа компаний ЗЛАТАН», Natrb@yandex.ru*
г. Уфа, Россия

O.V. Serova, *Associate Professor of the Department of Ecology, Geography and Nature Management of the Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla, Candidate of Sciences (Biology), serowa@mail.ru*
G.K. Salikhova, *college teacher, Master's degree in the field of training "Vocational training (by industry)", Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla, salihova.gln@mail.ru*
N.A. Maiorova, *General Director of ZLATAN Group of Companies LLC, Natrb@yandex.ru*
Ufa, Russia

Ключевые слова: демонстрационный экзамен; среднее профессиональное образование; профессиональный стандарт; WorldSkills; компетенции; туризм.

Keywords: demonstration exam; intermediate vocational education; professional standard; WorldSkills; expertise; tourism.

© Серова О.В., Салихова Г.К., Майорова Н.А., 2021

На основе использования методов теоретического и эмпирического исследования изучены подходы к поиску эффективных форм обучения и оценки квалификации выпускников среднего профессионального образования. Организован и проведен экзамен по компетенции «Туризм», проанализированы положительные и отрицательные стороны новой формы проведения аттестации выпускников учреждений профессионального образования. Показана эффективность применения стандартов в образовательном процессе в системе СПО. Опыт организации и проведения ГИА в форме проведения демонстрационного экзамена по завершении освоения программы подготовки оказался положительным. Полученные результаты использованы для методического обеспечения учебного процесса и подготовки участников к чемпионатам по компетенции R9.

Based on the use of theoretical and empirical research methods, there have been studied the approaches to finding effective forms of training and evaluating the qualifications of graduates of intermediate vocational education. Exam competence in Tourism, was organized and conducted; there have been analyzed positive and negative aspects certification of graduates of intermediate education institutions. There was demonstrated the effectiveness of applying standards in the educational process in the IVE system. The experience of organizing and conducting a state final examination in the form of a DE after completion of the training program was a success. The results obtained were used for methodological support of the educational process and preparation of participants for the R9 competence championships.

Согласно Методике организации и проведения демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия (далее – Методика): «Демонстрационный экзамен (ДЭ) – это процедура оценки уровня знаний, умений и практических навыков в условиях моделирования реальных производственных процессов в соответствии со стандартами Ворлдскиллс Россия». Данный вид аттестации включается в выпускную квалификационную работу или проводится в виде государственного

экзамена. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы и/или государственного экзамена образовательная организация определяет самостоятельно с учетом основной профессиональной образовательной программы (ОПОП). Процедура проведения включает решение конкретных задач, а также способствует выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. Содержание предложенных заданий должно соответствовать результатам освоения одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования (СПО) [6].

В Акмуллинском университете определены мастерские по компетенциям WorldSkills, проводятся вузовские и региональные чемпионаты. В учебном процессе в колледже БГПУ им. М. Акмуллы активно работает мастерская Ворлдскиллс по компетенции 43.02.10 «Туризм». Проведены соревнования первого вузовского чемпионата, отборочный этап и участие в Национальном межвузовском чемпионате 2019 года, в учебном процессе проходила подготовка команд к региональным соревнованиям СПО и представлен опыт его подготовки и организации по компетенции «Туризм».

В процессе исследования были применены группы теоретических и эмпирических методов педагогического исследования: анализ, постановка проблемы, изучение и обобщение опыта, измерение, сравнение. Проанализированы методические, учебные, электронные издания по теме «Эффективность испытаний на профессиональные знания и умения по стандартам WorldSkills как ГИА нового формата». Практико-ориентированному подходу в обучении в сфере туризма посвящены публикации М.В. Уваровой [1], Е.М. Губиной [2]. Опыт по интеграции технологий WorldSkills в образовательный процесс колледжа представлен в публикациях К.А. Башановой [3], А.А. Володина и Н.Г. Бондаренко [4]; по интеграции технологий WorldSkills в образовательный процесс вуза – О.В. Кандыба, И.В. Барашок, И.Ю. Кушнаревой [5]; по инновационным подходам в организации экзамена в колледже – Г.Н. Фомицкой [6], И.И. Шомина [7]. Изучены история формирования и развития движения в России, нормативно-

правовые и регламентирующие документы, особенности организации и проведения ГИА по образовательным программам в новом формате [8–17].

Согласно Методике: «Центр проведения ДЭ по стандартам Ворлдскиллс Россия (Центр проведения демонстрационного экзамена, ЦПДЭ) – это аккредитованная площадка, материально-техническое оснащение которой соответствует требованиям Союза для проведения ДЭ по стандартам Ворлдскиллс Россия» [18]. Согласно Положению об аккредитации центров проведения ДЭ: «Аккредитация – это подтверждение Союзом соответствия юридического лица критериям аккредитации, являющееся официальным свидетельством компетентности юридического лица проводить на своей базе на процедуру оценки профессиональных компетенций. Целью аккредитации является проверка соответствия организации требованиям WorldSkills. Критерии аккредитации ЦПДЭ:

• иметь материально-техническое оснащение, соответствующее утвержденному Союзом инфраструктурному листу, плану застройки и комплекту расходных материалов в составе комплекта оценочной документации для проведения процедуры оценки профессиональных компетенций;

• выполнять требования регламентирующих документов» [19].

Следует отметить, что выпускники колледжа по вышеназванной специальности 2018/2019 учебного года обучались по образовательным стандартам, только частично актуализированным в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями движения WorldSkills. Следовательно, мы не могли в полной мере выстроить требования в соответствии с этими стандартами. За основу практических заданий к процедуре оценки профессиональных компетенций были взяты конкурсные задания из чемпионата Ворлдскиллс регионального этапа по данной компетенции. В таблице представлены показатели (средняя оценка по группе) по критериям к заданиям модуля А «Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура». Данные задания охватывают тематический план МДК 01.01 «Технология и организация турагентской деятельности» из профессионального модуля ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг».

Таблица

Показатели результатов государственного экзамена в формате ДЭ в рамках ГИА

№	Критерии оценки	Баллы	Средний балл	Показатель, %	Средняя оценка
1	Качество оформления программы обслуживания тура в соответствии с заданными параметрами: – качество постановки вопросов клиенту по заявке; – соответствие нормам делового общения и оформления документов в процессе «реального» общения (переговоров) с заказчиком; – культура речи, смысловое единство и логика выступления	0–11	8	73	**4,0**
2	Умение определять действующего туроператора, формирующего данное направление	0–9	6	67	**3,8**
3	Умение подбирать тур в соответствии с заданной ситуацией: выбор курорта, сроки поездки, условия переезда, визовое обслуживание, средства размещения, типы питания, предложения по экскурсиям и досугу	0–11	7	64	**3,6**
4	Умение представить памятку туристу на поездку по указанному направлению	0–9	7	78	**4,3**

Окончание табл.

№	Критерии оценки	Баллы	Средний балл	Показатель, %	Средняя оценка
5	Навыки расчета итоговой стоимости турпродукта, калькуляции тура	0–9	5	56	**3,2**
6	Навыки расчета прибыли агентства в соответствии с базовой комиссией туроператора	0–9	6	67	**3,8**
7	Навыки работы в PowerPoint, качество и полнота устного представления программы обслуживания тура	0–9	7	78	**4,3**
8	Умение продуктивно использовать выделенное время для презентации	0–9	6	67	**3,8**
9	Навыки успешной коммуникации и умения работать в команде	0–9	7	78	**4,3**
10	Навыки по заполнению договора о реализации турпродукта (оформляются и сдаются членам ГЭК: заполненный договор о реализации турпродукта между турагентом и клиентом; опись документов, принятых от заказчика)	0–15	7	47	**3,0**
Средний показатель:					**3,81**

В процессе изучения методических материалов были выявлены особенности процедуры оценки профессиональных компетенций на основе требований WorldSkills Russia:

• экспертная практика оценки является объективной и независимой и позволяет с помощью различных критериев (object и subject) определить реальный уровень подготовки выпускников [18];

• в основе разработки ДЭ лежит европейский и финский опыт оценки квалификации сотрудников компаний, когда во время экзамена подтверждаются умения (а соответственно, знания и опыт), которые сформировались в процессе обучения и последующей работы по специальности [16];

• мероприятие проводится непосредственно на рабочем месте, поэтапно, и его продолжительность зависит от специальности [18];

• комплексность оценки: обсуждение компетенции и критериев, по которым она оценивается; обсуждение экзаменационного задания; наблюдение и оценка специалистами по ходу выполнения задания и проведения собеседования по результатам выполнения задания, где проводится оценка и учитывается самооценка экзаменующегося [18];

• присутствие и участие в оценивании заинтересованного работодателя;

• сотрудничество с профессионалами помогает преподавателям колледжа более точно представлять требования, предъявляемые к программе обучения и повышать эффективность обучения профессиональным навыкам;

• при организации и подготовке методического материала преподаватели проходят обучение и стажировку в профильных организациях [17].

В ходе учебного процесса были пройдены этапы разработки экзаменационных заданий:

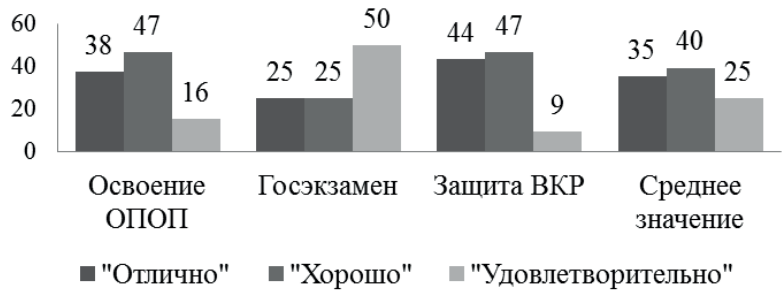
• задания разрабатывались с привлечением эксперта WorldSkills Russia по компетенции «Туризм» в форме ситуационных задач и приведены в формат экзаменационных билетов;

• экзамен проводился для демонстрации и оценки следующих умений:

• предоставлять турагентские услуги в виде подбора пакетного тура по заказу клиента;

• демонстрировать владение технологиями продаж и продвижения турпродукта.

Согласно Регламенту чемпионата [18] экспертами могут быть высококвалифицированные специалисты сферы туризма, работающие в сфере услуг или преподающие в учебных заведениях, которые разрабатывают практико-ориентированные задания для студентов, отражающие требования к квалификации в современных условиях. Результаты испытания оценивались специалистами-практиками, представителями туроператорских компаний (см. рис.).



Сводная диаграмма результата освоения ОПОП «Туризм», в %

По итогам проведения государственного экзамена в формате ДЭ были выявлены недостаточные практические навыки по следующим критериям:

• умение определять действующего туроператора, формирующего данное направление, и заполнять договор между турагентом и клиентом со знанием туристической терминологии;

• умение подбирать тур в соответствии с заданной ситуацией: информация о стране пребывания, о достопримечательностях и знания по географии международного туризма;

• навыки расчета итоговой стоимости турпродукта, калькуляции тура;

• навыки расчета прибыли агентства в соответствии с базовой комиссией туроператора;

• навык демонстрации уникальности турпродукта и его позиционирования;

• навык разработки программы и плана-графика продвижения турпродукта.

Формат ДЭ для многих выпускников оказался сложным и стрессовым в связи с первым опытом участия в мероприятии и недостаточной подготовкой студентов по стандартам WorldSkills.

Опыт проведения профессионального мероприятия на базе колледжа БГПУ им. М. Акмуллы по специальности «Туризм» позволил выявить объективные и субъективные препятствия на пути реализации требований в направлении объективизации оценки подготовленности выпускников СПО, а также показал возможные точки роста и ресурсы по повышению качества подготовки:

• разработана «дорожная карта» и актуализированы модули и программы дисциплин и учебных практик в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями WorldSkills; внесены изменения в тематический план рабочей программы ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг»;

• проведена подготовка команд и состоялись внутривузовские чемпионаты с правом участия в национальном вузовском и региональном чемпионатах WorldSkills Russia по компетенции R9;

• проведена апробация ДЭ в форме промежуточной аттестации, где за основу заданий были взяты оценочные материалы по стандартам WorldSkills;

• мастерская по направлению «Туризм» прошла аккредитацию и стала Центром проведения демонстрационного экзамена по стандартам WorldSkills Russia по компетенции R9 «Туризм», что дает право проводить профессиональное мероприятие для студентов, обучающихся в других колледжах, а также оценивать уровень их подготовки;

• для успешной сдачи профессионального экзамена требуются дополнительные занятия и отработка профессиональных навыков на практике в туристских предприятиях,

для этого университетом заключены договоры о сотрудничестве, в частности с ООО «Группа компаний ЗЛАТАН», для проведения практик студентов в туристических агентствах («ГК ЗЛАТАН» сотрудничает с турагентствами Республики Башкортостан и организует международные стажировки в рамках образовательного проекта «Молодой капитал»);

• проведение мероприятий профессионального мастерства предполагает наличие оборудования и специализированных аудиторий, а участие независимых экспертов связано с временными затратами, удаленностью и оторванностью их от производственного процесса, что не всегда мотивирует их на участие в процедуре ДЭ;

• подготовка к чемпионатам требует дополнительных временных и материальных затрат, помимо основного учебного процесса: дополнительные учебные занятия, консультации, отработка практических навыков, моделирование реальных производственных условий.

По мнению коллег и участников движения WorldSkills, «… Внедрение новой формы обучения не только в качестве итоговой государственной аттестации, а также в рамках промежуточной аттестации является конкурентным преимуществом выпускников колледжа, позволит находить потенциальных работодателей еще в процессе обучения в колледже. Для образовательного учреждения внедрение новой формы оценивания профессиональных навыков и умений позволило участвовать в рейтинге образовательных организаций по качеству подготовки кадров и повышению профессионального мастерства педагогов» [3].

Выражаем благодарность руководству вуза за поддержку в материально-техническом оснащении при проведении чемпионатов и формировании мастерской R9 «Туризм».

Литература и источники

1. Уварова М.В. Демонстрационный экзамен как форма развития профессиональных компетенций студента по специальности 43.02.10 «Туризм» // Компетентностный вектор: новые реалии и возможно-

сти сферы услуг: материалы Всерос. научно-практ. конф. / отв. ред. Т.И. Клименко, И.С. Кабиров. 2018. С. 114–119.

2. Губина Е.М. Реализация практико-ориентированного подхода в системе высшего профессионального образования будущих специалистов сферы туризма // Физическое воспитание и спортивная тренировка. 2013. № 2 (6). С. 105–110.

3. Башанова К.А., Громова Т.А., Селюн Е.В. Внедрение демонстрационного экзамена по стандартам WorldSkills в учебный процесс СПО // Решетневские чтения. 2017. С. 663–664.

4. Володин А.А., Бондаренко Н.Г. Анализ содержания понятия «организационно-педагогические условия» // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2017. № 2.

5. Кандыба О.В., Барашок И.В., Кушнарева И.Ю. Вузовские чемпионаты по стандартам WorldSkills Russia как средство развития компетенций бакалавра по направлению «Туризм» // Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 4. С. 223–228.

6. Фомицкая Г.Н. Современные подходы к реализации независимой оценки профессиональных квалификаций // Педагогический ИМИДЖ. 2019. № 3 (44). С. 452–464.

7. Шомин И.И. Инновационная форма проведения квалификационного экзамена с использованием стандартов WorldSkills // Профессиональное образование и рынок труда. 2018. № 1. С. 61–67.

8. Методические рекомендации по обеспечению в субъектах РФ подготовки кадров по 50 наиболее востребованным и перспективным специальностям и рабочим профессиям в соответствии с международными стандартами и передовыми технологиями. URL: http://www.edustandart.ru/top-50 (дата обращения: 20.05.2021).

9. Об утверждении списка 50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, требующих среднего профессионального образования: приказ Минтруда России от 02.11.2015 № 831 // Доступ из СПС «Гарант».

10. Об итогах демонстрационного экзамена по стандартам WorldSkills Russia в Москве. 2019. URL: https://www.mos.ru/ news/item/59132073/ (дата обращения: 25.05.2021).

11. Оценочные материалы для демонстрационного экзамена по стандартам WorldSkills Россия по компетенции «Туризм». URL: https://worldskills.ru/nashi-proektyi/demonstraczionnyij-ekzamen/

arxiv/demonstraczionnyij-ekzamen-2019/documents (дата обращения: 25.05.2020).

12. Об утверждении ФГОС среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 «Туризм» // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

13. Перечень поручений Президента РФ по итогам встречи с членами национальной сборной России по профессиональному мастерству от 29.12.2016 № пр-2582. URL: http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/53682 (дата обращения: 24.07.2021).

14. Паспорт приоритетного проекта «Образование» по направлению «Подготовка высококвалифицированных специалистов и рабочих кадров с учетом современных стандартов и передовых технологий» (протокол от 25.10.2016 № 9). URL: http://static.government.ru/media/files/ 7ARTAf6Lqv5wSXjIeJbjViodyObukhty.pdf (дата обращения: 25.05.2021).

15. Финско-российский проект «Умения – ключ к качеству и производительности труда, PROSKILLS». URL: http://pandia.ru/text/79/047/37375.php. (дата обращения: 25.05.2020).

16. Федеральный государственный образовательный стандарт СПО 43.02.10 «Туризм» (утв. приказом Минобрнауки России от 07.05.2014 № 474). URL: http://eop.cfuv.ru/EOP/pdfs/FGOS/43-02-10.pdf

17. Методика организации и проведения демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия (утв. приказом от 31.01.2019 № 31.01.2019-1). URL: https://worldskills.ru/o-nas/dokumentyi/dokumentyi-poproektam (дата обращения: 25.05.2021).

18. Положение об аккредитации центров проведения, демонстрационного экзамена (утв. приказом от 20.03.2019 № 20.03.2019-1). URL: https://docviewer.yandex.ru/view/1044284672/?page=2 (дата обращения: 25.05.2021).

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ И СОБЫТИЙНЫЙ ПОДХОД В ОБРАЗОВАНИИ: ПОИСК ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И ПОСТПАНДЕМИИ

EVENT TOURISM AND THE EVENT APPROACH IN EDUCATION: THE SEARCH FOR EFFECTIVE INTERACTION IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC AND A POST-PANDEMIC

УДК 338.48+379.822

О.В. Шульгина, *заведующая кафедрой географии и туризма Института естествознания и спортивных технологий, д-р ист. наук, канд. геогр. наук, профессор, ShulginaOV@mgpu.ru*
Д.П. Шульгина, *доцент кафедры всеобщей и российской истории Института гуманитарных наук, канд. искусств., доцент, ShulginaDP@mgpu.ru*
Московский городской педагогический университет, г. Москва, Россия

O.V. Shulgina, *Head of the Department of Geography and Tourism, Institute of Natural Sciences and Sports Technologies, Doctor of Historical Sciences, Candidate of Geographical Sciences, Professor, ShulginaOV@mgpu.ru*
D.P. Shulgina, *Associate Professor, Institute of Humanities, Department of General and Russian History, Candidate of Art History, ShulginaDP@mgpu.ru*
Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: событийный туризм; событийный подход в образовании; событийный календарь; виртуальные технологии в событийном туризме.

Keywords: event tourism; event approach in education; event calendar; virtual technologies in event tourism.

Подчеркнуто значение событийного туризма для развития и обновления образования. Перечислены возмож-

© Шульгина О.В., Шульгина Д.П., 2021

ности взаимосвязанного развития событийного туризма и событийного подхода в обучении в условиях пандемии и постпандемии. Особое внимание уделено виртуальным технологиям в образовательном туризме для учащихся с ограниченными возможностями здоровья.

The importance of event tourism for the development and renewal of education is emphasized. The possibilities of the interrelated development of event tourism and the event-based approach to training in the conditions of a pandemic and a post-pandemic are listed. Special attention is paid to virtual technologies in educational tourism for students with disabilities.

Событийный подход в образовании – актуальный тренд, который может вдохновить организаторов туров к поиску новых возможностей развития и более активному вовлечению в туризм учащихся разных уровней образования. Взаимодействие туризма и образования, безусловно, существует, но в основном здесь можно говорить о просветительстве в целом, об определенной бессистемности и стихийности этого взаимодействия. Тем не менее событийный туризм – неисчерпаемый по содержанию, с накопленным опытом во многих регионах России и значимыми ресурсами – все еще недостаточно используется в образовательном процессе.

Пандемия COVID-19 является и, по-видимому, на неопределенное время останется одним из факторов, стимулирующих поиск новых идей как в развитии туризма, так и в эффективном взаимодействии туризма и образования. Большое значение приобретают виртуальные туры и возможности использования цифровых ресурсов как способа посещения туристских объектов, и это расширяет возможности использования как отдельных объектов, так и комплексных туров в образовании.

Дистанционное обучение с 2020 года стало привычным дополнением к офлайн-системе образования. Это удачно совпало с распространением цифровизации и активным внедрением цифровой культуры во все сферы жизни и деятельности населения в нашей стране, более того, стало дополнительным

стимулом ее распространения. Не остался в стороне и туризм, однако возможности развития виртуальных технологий в туризме далеко на исчерпаны.

Взаимодействие событийного туризма и образования должно осуществляться с учетом следующих аспектов:

• привязка туристских маршрутов к учебным программам школьного и вузовского обучения – не только тематическая, но и временная, связанная с последовательностью изучения ключевых тем;

• пристальное внимание к системе дополнительного образования, в организации которой туризм, в том числе событийный, мог бы сыграть значительную роль;

• нацеленность маркетинга в туризме на выявление потребностей в освоении сложных тем туристскими методами как более привлекательными и доступными;

• поиск разнообразных форм туристской деятельности, рассчитанных в том числе на людей с ограниченными возможностями здоровья (госпитальные школы), ограниченной мобильностью (сельские жители, большая часть населения в условиях пандемии);

• продуманная рекламная кампания, оживляющая реальные и виртуальные турпотоки;

• более активное использование событийного календаря для вовлеченности в туризм.

Ресурсами событийного образовательного туризма обладают музеи, выставки, фестивали, производственные предприятия [5; 6], улицы городов, топонимика [12]. Сельские территории являются важным, но, к сожалению, мало используемым ресурсом экологического образовательного туризма [3]. Значительным образовательно-туристским потенциалом обладают музеи-заповедники [1].

В современной российской практике с процессом событийного образовательного туризма, очевидно, могут быть связаны следующие основные учебные дисциплины: история, география, литература, мировая художественная культура, краеведение [2] и др. Но потенциально данная технология применима к любым учебным дисциплинам как школы, так и вуза.

Использование методов и форм образовательного туризма является чрезвычайно плодотворным для содействия в пре-

подавании исторических дисциплин. Поездки к местам выдающихся исторических событий не только дают ученикам дополнительную информацию, но и прежде всего благодаря фактору подлинности, своего рода прикосновению к истории и соучастию в событии создают особый эмоциональный настрой, высокий патриотический заряд.

Событийный туризм – посещение праздников, реконструкций исторических событий, фестивалей и т.д. – приобретает дополнительную эффективность, так как позволяет не только сформировать эмоциональную связь с событием, но и комплексно осмыслить материал из самых разных сфер знания. Например, праздник, посвященный годовщине Бородинского сражения, – это не только способ увидеть реконструкцию одного из знаменитых военных событий российской истории, но и возможность получить знания по литературе, музыке, истории повседневности и т.д.

Поскольку в связи с пандемией подобные события все чаще проходят не только в реальности, но и на виртуальных площадках, в том числе с возможностью интерактивного взаимодействия, они становятся доступны и учащимся с ограниченной мобильностью, что позволяет им не только присутствовать, но и ощущать себя полноценными участниками, что становится важным фактором не только в образовании, но и в социализации таких обучающихся [8].

Образовательный туризм как дополнение к преподаванию исторических дисциплин может быть организован на базе исторических городов (Ярославль, Владимир, Суздаль, Ростов Великий, Псков, Новгород, Тобольск и многие другие); объектов археологического наследия (Гнёздово в Смоленской области, Рюриково городище в Великом Новгороде, Капова пещера в Республике Башкортостан, Аркаим в Челябинской области, петроглифы Беломорья); полей исторических сражений (Куликово поле, Бородинское поле, Прохоровское поле, место Ледового побоища, место прорыва блокады Ленинграда). Важное место в программах образовательного исторического туризма должны сыграть ведущие национальные музеи (прежде всего Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных городов), хранящие национальные реликвии и другие ценнейшие исторические экспонаты [7; 9; 10].

Образовательный туризм призван сыграть особую роль в усвоении учащимися природоведческих дисциплин и уроков географии. Следует подчеркнуть, что без выездных уроков, без туристских и экскурсионных поездок для большинства городских школьников преподавание природоведческих дисциплин является в некотором роде абстрактным предметом, достаточно далеким от непосредственного восприятия. Именно целенаправленные выезды на природу, в другую географическую зону, к выдающимся природным объектам способны сделать эти дисциплины ощутимыми, понятными и воспринимаемыми. При этом такие путешествия могут быть и виртуальными в условиях активного внедрения в географию информационных технологий [11].

Образовательный туризм как дополнение к преподаванию природоведческих дисциплин может быть организован на базе особо охраняемых природных территорий, имеющихся в каждом субъекте Федерации (памятники природы, государственные природные заказники и заповедники, национальные парки, ботанические сады и дендрологические парки).

Поездки в рамках образовательного туризма могут оказать прямое содействие в преподавании экономической географии. Благодаря посещению различных типов промышленных и сельскохозяйственных предприятий становятся понятными технологические производственные схемы (которые при преподавании в классах совершенно не усваиваются). Более того, посещение современных высокотехнологических предприятий (машиностроительных, по производству электроники и др.) зачастую оказывает влияние на выбор будущей профессии.

Чрезвычайно важна роль образовательного туризма в преподавании литературы и искусства. Здесь также ведущую роль играет именно фактор подлинности, соприкосновения с местом жизни и творчества гения, а также с произведениями, создаваемыми в местах бытования народных промыслов.

В рамках этого направления образовательного туризма очень важным представляется сотрудничество с музеями-заповедниками, образованными в местах жизни и творчества выдающихся писателей, художников, композиторов: Л.Н. Толстого («Ясная Поляна»), А.С. Пушкина («Михайловское»), И.С. Тургенева («Спасское-Лутовиново»), М.Ю. Лермонтова

(«Тарханы»), М.И. Глинки («Новоспасское»), П.И. Чайковского (дом-музей в Клину), И.Е. Репина («Пенаты»). Особую роль в этом направлении образовательного туризма играет посещение исторических центров традиционных промыслов и ремесел, таких как Палех, Холуй, Жостово, Федоскино, Гжель и др. [10], где учебный процесс может сопровождаться мастер-классами с элементами технологического производства и обучения навыкам художественных процессов.

Особое направление образовательного туризма составляет языковое обучение [4]. Поездки с изучением иностранного языка желательно проводить в страны проживания именно носителей данного языка, хотя обучение может осуществляться и в родной стране (например, на базе специального пансионата, лагеря по специальной программе с погружением в языковую среду).

На территории Российской Федерации целесообразно проводить образовательные туры с углубленным изучением русского языка. Чрезвычайно важной представляется организация такого обучения для школьников государств – участников СНГ и стран бывшего Советского Союза. В этих государствах значение и роль русского языка сохраняются на уровне основного языка межнационального общения, и организация учебных поездок в Россию может стать важным фактором повышения престижа нашего государства. Такие программы образовательного туризма могут быть чрезвычайно интересны для иностранцев. Важно учесть, что эти программы могут быть сопряжены с посещением исторических, литературных и художественных музеев, что повысит их привлекательность и эффективность.

Незаменима роль образовательного туризма и в преподавании основ православной культуры (учебного предмета, включенного в качестве федерального образовательного компонента в курс «Основы духовно-нравственной культуры народов России»). Эта дисциплина является сравнительно новой, и совершенствование методики ее преподавания, усвоение учащимися подаваемого материала фактически невозможны без знакомства с выдающимися памятниками православной культуры.

Объектами посещения могут стать знаменитые монастыри (Троице-Сергиева и Александро-Невская лавры, Соловецкий и Ново-Иерусалимский монастыри и др.); выдающиеся памятники церковной архитектуры (церковь Покрова на Нерли, деревянные памятники северного зодчества и др.); места жизни и подвижничества святых Русской православной церкви (Сергия Радонежского, Серафима Саровского и пр.). Особую роль в воспитании толерантности и осознания важности межрелигиозного общения могут сыграть образовательные поездки в другие конфессиональные центры (например, в Казань и древний Болгар на территории Республики Татарстан, в Еврейский музей и Центр толерантности в Москве) [9].

Отдельно следует выделить программы образовательного туризма, связанные с краеведением. Краеведение является региональным (национально-региональным) компонентом в учебной программе, и следует отметить его роль как комплексной дисциплины, фактически объединяющей на региональном уровне все рассмотренные выше направления. Значение краеведения в настоящее время в школьных программах невелико, роль его оказалась незаслуженно приниженной. Вместе с тем именно краеведение является чрезвычайно важным элементом воспитания патриотизма, любви к малой родине, сохранения культурной самобытности каждого из регионов нашей страны [7]. Краеведческие туристские и экскурсионные маршруты, связанные с историей и природой родного края [2], историей местных промыслов и производств, с памятью о выдающихся земляках, должны стать неотъемлемой частью образовательного процесса как в больших городах, так и в сельских школах.

Таким образом, событийный туризм не только способен повысить эффективность собственно туристской сферы и стать дополнительным фактором расширения туристского потока, но он также приобретает новые функции как инструмент повышения образовательного уровня и эффективное дополнение к программам школьного и вузовского образования.

Возможность проведения подобных туров не только в реальности, но и на виртуальных площадках позволила сохранить интерес к туризму в условиях ограничительных мер

в связи с пандемией COVID-19. Данный опыт виртуального участия в туризме и интерактивного взаимодействия обучения и событийного туризма, активно проявившийся в период пандемии, может быть также распространен на контингент учащихся с ограниченной мобильностью, что увеличит для них доступность образовательных ресурсов и будет способствовать их большей социализации.

Литература и источники

1. Александровский А.А., Гласко М.П., Гоняный М.И. и др. Музей-заповедник «Куликово поле»: концепция развития. Тула: Гриф Ко, 2000. 151 с.

2. Вагнер Б.Б., Шульгина Д.П. Образовательно-туристские экскурсии по Москве: учебно-справ. пособие. М.: МГПУ, 2018. 92 с.

3. Кузнецов В.В., Нагорнов Ю.М., Гуляева В.А. и др. Рекомендации по расчету региональных нормативов обеспеченности жителей села жильем, услугами и культурно-бытовыми объектами в условиях многоукладной экономики. Ростов-на-Дону: ВНИИЭН, 1993. 52 с.

4. Образовательный туризм в России: учебник / под ред. С.Ю. Житенева. М.: Юрайт, 2019. 170 с.

5. Прохорова М.П., Шкунова А.А., Лебедева Т.Е. Образовательное событие: характеристики и перспективы // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 66-1. С. 167–170.

6. Шпилько С.П. От события к событийному туризму // Вестник НАТ. 2014. № 1. С. 13–18.

7. Шульгина Д.П. Образ России в почтовой открытке начала XX в. как источник по истории архитектуры. По материалам личной коллекции // Исторический архив. 2008. № 4. С. 147–156.

8. Шульгина Д.П. Путешествие в четырех стенах: виртуальные экскурсии по усадебно-парковым комплексам в образовательной деятельности госпитальной школы // Образовательный туризм в школе и вузе: сб. ст. по материалам VII научно-практ. конф. (I всерос.). М., 2021. С. 15–19.

9. Шульгина О.В., Шульгина Д.П. Историческая география туризма и культурное наследие России. М.: МГПУ, 2018. 156 с.

10. Шульгина О.В., Шульгина Д.П. Культурное и природное наследие России: учебно-метод. пособие. М.: МГПУ, 2012. 200 с.

11. Шульгина О.В. Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии географии и в модернизации географического образования // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Информатика и информатизация образования». 2015. № 1 (31). С. 85–91.

12. Шульгина О.В., Шульгина Д.П. Топонимика как объект нематериального наследия, связанного с Отечественной войной 1812 года в России // NB: Исторические исследования. 2012. № 1. С. 34–67.

СЕКЦИЯ 3

Современные информационно-коммуникационные технологии в туризме и гостеприимстве

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВИЗУАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ (НАПРАВЛЕНИЕ «ТУРИЗМ»)

THEORY AND PRACTICE OF VISUALIZATION EDUCATIONAL INFORMATION IN PROFESSIONAL TRAINING OF BACHELORS (COURSE “TOURISM”)

УДК 378.147.31

Е.А. Гаджиева, *декан факультета естествознания, географии и туризма Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, канд. геогр. наук, доцент, E.gadzhieva@lengu.ru г. Санкт-Петербург, Россия*

E.A. Gadzhieva, *Dean of the Faculty of Natural Science, Geography and Tourism, Pushkin Leningrad State University, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, E.gadzhieva@lengu.ru Saint Petersburg, Russia*

Ключевые слова: графическая визуализация; графема; графический образ; язык визуализации; учебная информа-

© Гаджиева Е.А., 2021

ция; наглядно-образное мышление; подготовка бакалавров; подготовка специалистов по туризму.

Keywords: graphic visualization; grapheme; graphic image; visualization language; educational information; visual-figurative thinking; bachelor's training; training of specialists in tourism.

Рассматриваются вопросы теории и практики графической визуализации учебной информации в процессе профессиональной подготовки обучающихся в целях развития пространственно-образного мышления, способствующего, в конечном итоге, формированию профессиональной компетентности выпускников. С опорой на образно-знаковое изображение информации у студентов формируется пространственное мышление, позволяющее решать не только бытовые задачи, но и профессиональные: ориентироваться в абстрактном пространстве (как плоском, так и многомерном), уметь создавать логические мысленные схемы, связанные с познанием структуры и связей изучаемой системы, ее эмерджентных свойств. Подобная подготовка необходима для мыслительной деятельности, связанной с профессиональным владением образами геопространства в целях успешной как проектной, так и организационно-практической деятельности по его освоению. Обучающиеся, освоившие предлагаемую методику работы с информацией, владеют наряду с вербальным и вторым языком – языком визуализации графических образов средствами графикации, умеют их интерпретировать. Осуществляя «перевод» с одного языка на другой, они тем самым стимулируют нейросистемы как правого, так и левого полушарий головного мозга, усваивают изучаемые представления и понятия, более полно активизируют профессиональное творческое мышление.

The article deals with the theory and practice of graphic visualization of educational information in order to form professional visual-figurative spatial thinking in the professional training of bachelors for the tourism industry.

Based on the figurative-symbolic image of information, students develop spatial thinking, which allows them to solve not only everyday tasks, but also professional ones: to navigate in abstract space, both flat and multidimensional, to be able to create logical mental schemes associated with the knowledge of the structure and connections of the studied system,its emergent properties.Such training is necessary for professional mastery of geospatial images for the purpose of successful both design and organizational-practical activities for its development. Students who have mastered the proposed method of working with information, possess, along with the verbal and the second language - the language of visualization of graphic images by means of graphics, are able to interpret them. Carrying out "translation" from one language to another, thereby stimulate the neurosystems of both the right and left hemispheres of the brain, assimilate the studied concepts and concepts more fully activate creative thinking.

В связи с экспансией в теорию и практику исследований цифровых технологий, компьютерного моделирования наряду с системным подходом ведущую методологическую роль приобретает в наше время информационный подход. Именно действия по сбору, анализу, управлению информацией являются преобладающими в научных исследованиях. Но, как известно, информация – это еще не знания. Поэтому необходимо не только давать обучающимся информацию о понятиях, но и знакомить их с некоторыми методами получения знаний в процессе сбора, анализа и обработки информации, которые соответствуют сегодняшнему подходу к методологии научных исследований.

В определяющих стратегию высшего профессионального образования документах обращается особое внимание на информационно-коммуникативную компетентность, которой должны овладеть бакалавры в процессе профессиональной подготовки.

Нами разработан и апробирован информационно-картографический подход к визуализации учебной информации средствами графикации, позволяющий как «читать», так «писать»

символическими, образно-знаковыми средствами. Это обстоятельство определяет развитие универсального языка графикации, который предваряет редуцирование вербальной информации для изображения таковой в графическом образе [1].

Вслед за Н.Г. Салминой [2] в понимании термина «язык» мы различаем два подхода, различающиеся объектом исследования и способом анализа:

1. Лингвистический – структурно-функциональный способ исследования языка как системы, выявление закономерностей. В этом случае объект исследования – звуковой язык слов.

2. Семиотический подход – изучение свойств знаковых систем, исследование связи знака и значения, которое он обозначает. При таком подходе очевидно, что язык – это «знаковая система любой физической природы, выполняющая познавательную и коммуникативную функцию в процессе человеческой деятельности» [7]. Таким образом, семиотический подход позволяет сформулировать язык графикации и соответствующую систему знаков-графем.

Отметим, что язык знаков универсален и может использоваться при визуализации любой профессиональной информации, а графикация представляет собой второй после вербального «язык» профессиональной подготовки в университетах.

Визуальная компетентность выражается в *умении переходить с одного языка на другой и обратно*, руководствуясь логикой представления информации, ее содержанием, структурой и связями.

Психолого-педагогический потенциал информационно-картографического подхода достаточно высок, так как позволяет развивать пространственное мышление обучающихся – вид наглядного мышления, обеспечивающий создание пространственных образов и оперирование ими в процессе решения практических и теоретических задач.

Деятельность представления есть основной механизм пространственного мышления. В пространственном мышлении происходит постоянное перекодирование образов, т.е. переход от пространственных образов реальных объектов к их условно-графическим изображениям, от трехмерных изображений к двухмерным и обратно [3].

Для бакалавров направления «Туризм», чья профессиональная деятельность будет связана с географическим пространством, картами, другими геоизображениями, логическими схемами, графиками, знаками, символами, способами изображения явлений, графическим сопровождением создания и реализации турпродукта, проектированием и организацией туристских дестинаций, пространственное мышление представляет собой профессиональное творческое свойство специалиста. Это его качество обусловлено современным расширением зоны визуализации на качественно ином, гносеологическом уровне. При теоретическом познании идеальных объектов исследователи обращаются к зримой наглядности, к некоему образу, замещающему прообраз. Следовательно, проблема визуализации универсальна, она касается практически всех сущностных форм объекта познания, относится в педагогическом смысле к метаметодике.

Само название подхода – информационно-картографический – свидетельствует о том, что фундаментальные основы визуализации познаваемой действительности находятся в недрах картографии, когда подход к визуализации информации графическими средствами опирается на феномен графического образа. В качестве семиотической единицы при графикации информации выступает графема, она же является элементом языка визуализации, на который «переводится» вербальный язык обучения [4].

Современное звучание подходу придает интеграция картографического метода с инфографикой – направлением сегодняшнего способа предъявления информации с помощью компьютерной графики. Таким образом, организация знаково-символической грамотности, изучение языка визуализации информации представляют собой инновационную образовательную стратегию, повышающую уровень рефлексии, анализа, внутреннего плана действия, играют особую роль *второго языка работы с информацией* в учебной, научной и практической деятельности [5; 6].

При практическом освоении инфографического подхода как второго языка работы с информацией, способствующего формированию интеллекта обучающихся с точки зрения раз-

вития пространственного мышления, студенты осваивают ряд этапов, каждый из которых являет собой определенную ступень умственного развития. В совокупности все эти отдельно взятые части целостной системы освоения визуализации учебной информации предназначены для совместной работы с целью улучшения уровня творческого пространственного мышления и профессиональной компетентности, готовности к деятельности в отрасли.

Информационно-картографическая компетентность студентов – умение работать как с вербальной формой информации, так и с графической – сочетается с развитием их умственной деятельности и, соответственно, с развитием пространственного, творческого, проблемного мышления, с повышением интеллектуального уровня в целом.

Освоение студентами метода и формирование соответствующих графикационных умений осуществляется на протяжении всех четырех лет обучения на бакалавриате и условно подразделено нами на три этапа: картографический (первый курс), вербально-графический (второй курс), интегративный (интеллектуально-творческий/проектный) (третий и четвертый курсы).

Первый этап предполагает формирование у обучающихся картографической грамотности, понятия о пространственно распределенной информации, «образе – прообразе – мыслеобразе», языке условных знаков и его семиотическом смысле. Второй этап предполагает погружение в визуализацию текстов, работу с учебной информацией, в том числе и междисциплинарного характера, формирование умения анализировать и «сворачивать» информацию с помощью графем и таблиц, в конечном итоге, владеть языком графикации как способом работы с информацией и получением новых сведений и умозаключений. На третьем этапе студенты знают содержание понятий, освоенных на первом и втором этапах, умеют выстраивать профессиональный видеоряд, владеют навыками визуальной графической грамотности, позволяющей профессионально проектировать турпродукт, управлять созданием туристской инфраструктуры, управлением и прогнозированием отрасли на локальном и региональном уровнях.

Таким образом, освоение информационно-картографического подхода при подготовке бакалавров по направлению «Туризм» позволяет успешно формировать образно-пространственное мышление обучающихся, что способствует росту их интеллектуально-творческой профессиональной компетентности.

Литература и источники

1. Гаджиева Е.А. Использование картографического метода при формировании профессиональных компетенций обучающихся по направлению «Туризм» // XXI Вишняковские чтения: материалы междунар. науч. конф. Бокситогорск, 2018. С. 77–80.

2. Салмина Н.Г. Знак и символ в обучении. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988.

3. Пространственное мышление. URL: http://azps.ru/handbook/p/pros357.html

4. Комиссарова Т.С., Гаджиева Е.А. Графический образ как интегратор метаметодики визуализации учебной информации // География: развитие науки и образования: кол. монография / отв. ред. С.И. Богданов, Д.А. Субетто, А.Н. Паранина. 2019. С. 394–396.

5. Жан Ж. Знаки и символы / пер. с фр. И. Алчеева. М.: Астрель; АСТ, 2003. 207 с.: ил.

6. Кабанова-Меллер Е.Н. Роль образа в решении задач // Вопросы психологии. 1970. № 5.

7. Философский словарь / М.М. Розентналь, П.Ф. Юдин. М., 1963. С. 488–489.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ В РАЙОНЕ ЮЖНОГО ПРИМОРЬЯ

MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN ECOLOGICAL TOURISM IN THE REGION OF SOUTHERN PRIMORYE

УДК 004:338.48

Н.А. Медведь, В.И. Медведь, Н.П. Магер, *краеведы-исследователи, члены Русского географического общества, npmager@mail.ru*
г. Москва, Россия

N.A. Medved, V.I. Medved, N.P. Mager, *Local historians-researchers, members of the Russian Geographical Society, npmager@mail.ru*
Moscow, Russia

Ключевые слова: экотуризм; Дальневосточный государственный морской заповедник; объекты культурного и природного наследия; виртуальная экскурсия; Фейсбук; современные информационно-коммуникационные технологии.

Keywords: ecotourism; Far Eastern State Marine Reserve; objects of cultural and natural heritage; virtual excursion; Facebook; modern information and communication technologies.

Представлены материалы об использовании современных информационных технологий в экологическом туризме. Для виртуальной экскурсии по местам несостоявшегося путешествия на побережье Южного Приморья в «Фейсбуке» создана общедоступная группа «Приморье: природа, наука, история, повседневность», куда привлечены 18 участников из числа друзей в «Фейсбуке».

© Медведь Н.А., Медведь В.И., Магер Н.П., 2021

The materials on the use of modern information technologies in ecological tourism are presented. For a virtual excursion to the places of a failed trip on the coast of Southern Primorye, a public group "Primorye: nature, science, history, everyday life" was created on Facebook, which attracted 18 participants from among friends on Facebook.

Более 10 лет назад мы совершили путешествие в районы южного Приморья, когда перед поездкой Н.П. Магер выступала на секции «Туризм в региональном развитии» IV Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», проходившей в МГУ им. М.В. Ломоносова. Доклад на тему «Выбор маршрута для семейного экологического туризма в Приморском крае» опубликован в сборнике [4].

Сегодня термин «экотуризм» часто используется турфирмами для обозначения деятельности, связанной с использованием природных ландшафтов и объектов.

Экотуризм – это путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью, не нарушая целостности экосистем, получить представление о природных особенностях данной территории, которые создают такие экономические условия, когда охрана природы становится выгодной местному населению.

Во время пребывания в бухте Витязь в 2010 году мы познакомились с бывшими научными сотрудниками Дальневосточного государственного морского заповедника (ДВГМЗ), которые работали в нем в 1970-х годах, а в 2010 году стали заниматься туристическим бизнесом.

Дальневосточный морской заповедник – первый морской заповедник России площадью 64,30 тыс. га, который был организован в 1978 году на побережье и в акватории Японского моря (залив Петра Великого). Заповедник создан для сохранения наиболее богатой по составу прибрежной флоры и фауны, а также экосистем моря и островов. За ДВГМЗ закреплено три участка акватории залива Петра Великого общей площадью 63 тыс. га, утверждена охранная зона вокруг морских границ заповедника шириной 3 мили, вокруг сухопутных – 500 м. На акватории охранной зоны запрещены проведение

взрывных работ, геологоразведочных и других изыскательских работ, а также любые действия, вызывающие загрязнение вод.

Заповедник разделен на три части (зоны), имеющие разное функциональное назначение. Таким образом, три зоны заповедника характеризуются разными типами заповедности, которые приближенно можно обозначить как полная заповедность, заказник и природный парк (с учетом создания планируемого ботанического сада).

Первая часть (восточная) – резерват, зона полной заповедности, где не только исключается всякая хозяйственная деятельность, но и не разрешаются даже научные работы, не имеющие прямого отношения к задачам, стоящим перед заповедником. Эта зона расположена вокруг островов Римского-Корсакова. Западной границей восточного участка служит береговая линия от мыса Льва до бухты Теляковского [3]. Площадь акватории восточного участка – 45 тыс. га. Здесь расположены острова Большой Пелис, Матвеева, Де-Ливрона, Гильдебранта, Дурново, а также находящийся за пределами участка остров Стенина, которые занимают около 900 га. На материке граница восточного участка соприкасается с территорией оленеводческого зверосовхоза, с которым осуществляется кооперация в охране природных комплексов. Здесь расположены бухты Астафьева, Нерпичья, Средняя, Горшкова, а также ряд мелких островков, банок и кекуров.

Вторая часть заповедника – зона воспроизводства – состоит из двух участков. На западном участке – в бухтах Миноносок и Крейсеров – располагается морское хозяйство Посьетской экспериментальной базы Госкомрыболовства России по разведению моллюсков – приморских гребешков и гигантских устриц. База поставляет в рыболовецкие колхозы и хозяйства Приморрыбпрома молодь гребешков, где они доращиваются до промыслового размера. Восточной границей участка служит береговая черта.

Второй участок расположен в районе острова Фурунгельма, в юго-восточной части залива Петра Великого [5]. Площадь акватории участка – 15 тыс. га. Западной границей служит береговая линия от мыса Острено до холма Голубиный Утес. Здесь находятся острова Веры и Фальшивый, бухты Си-

вучья, Колевала и Пемзовая. На этом участке, наряду с сохранением естественных сообществ, предполагается проведение исследований, связанных с развитием марикультуры, так как одна из задач заповедника – оказать помощь промышленности разработками в области биологической характеристики потенциальных объектов разведения, а также изучать влияние марикультуры на естественные сообщества.

Третья часть заповедника – зона просветительной работы – находится на острове Попова. Здесь в поселке Старк в двухэтажном каменном здании (около 1000 кв. м) расположена центральная усадьба заповедника и действующая с конца 1977 года постоянная выставка природы моря и ее охраны. Выставка завоевала популярность среди жителей и гостей Владивостока, и в летний сезон ее посещают многочисленные группы экскурсантов. В главном здании заповедника находятся контора, библиотека, лабораторные и жилые помещения. Заповедник имеет небольшой жилой каменный дом (500 кв. м). В южной части острова Попова на полуострове Ликандер заповеднику выделен береговой участок площадью 216,3 га. Здесь в будущем планируется создание островного ботанического сада [2].

Разновидностью экотуризма являются экскурсии в заповедники в процессе научных конференций [1]. В 2020 году мы собирались повторить путешествие на малую родину В.И. Медведя, заявившись участниками конференции АДИТ во Владивостоке. Но из-за ограничений, связанных с COVID-19, конференция, а следовательно, и поездка были перенесены на следующий 2021 год. В течение года нам удалось собрать через социальные сети информацию о современном состоянии объектов культурного и природного наследия от различных людей, пользующихся соцсетью «Фейсбук». Нам удалось связаться с жителями поселка Витязь Хасанского района (бывшими и настоящими), научными сотрудниками, которые трудились в морских научных экспедициях 1970–1980-х годов в бухте Витязь и в бухте Троицы, а также путешественниками из Владивостока, Хабаровска и других городов, посещавшими эти места побережья Японского моря.

Бухта Троицы, МЭС ТИБОХ ДВО РАН (Морская экспериментальная станция Тихоокеанского института биоорганиче-

ской химии). В Хасанском районе в заливе Посьета, находящемся в заливе Петра Великого Японского моря, расположена бухта Троицы. Это большая бухта, включающая в себя малые бухты:

Водолазка (местное название), где в 1965 году была основана МЭС – морская экспериментальная станция;

- Рисовая, в которой находится деревня Андреевка;
- Солнечная (выделяется в Рисовой бухте);
- Идол;
- Гротовая;
- Песчаная;
- Витязь.

Раньше это была закрытая территория, чудесные заповедные места, бухты имели густонаселенное морское дно, а берега (особенно каменистые переходы от одной бухты к другой) дарили красивые раковины, панцири морских ежей и еще много всего интересного.

Недалеко от водолазной станции МЭС, довольно близко от берега, была врыта в морское дно вертикальная металлическая труба с подводными окнами, в которую можно было забраться по металлическим скобам, попросить водолазов включить в трубе свет и наблюдать такую красоту, которую не увидишь ни в одном океанариуме!

Сейчас в море у берега встречаются только медузы и водоросли, и трубы давно нет. Появилось много частных территорий: базы отдыха, дома с участками.

Бухта Витязь, **мыс Шульца**, МЭС ТИО ДВО РАН (Морская экспериментальная станция Тихоокеанского института океанологии). В 1970–1980-е годы военные отступили под натиском науки, и на акватории бухты Витязь были построены многочисленные лаборатории институтов ДВО РАН, был даже глубоководный батискаф для проведения исследований в районе Гамовского каньона (изобаты 800–1500 м подходят к берегу на расстояние около 20 км от мыса Гамова).

В 1980-е годы военные перешли в контрнаступление, оттеснив науку с большей части бухты, но наиболее боеспособные отряды ученых из Института океанологии имени Ильичева окопались на правом входном мысе Шульца, куда ведет грунтовая дорога вдоль всего правого берега бухты. Эта тер-

ритория является Морской экспериментальной станцией Тихоокеанского института океанологии ДВО РАН. По берегам располагаются полтора десятка строений, куда, руководствуясь регламентом института, профессора и аспиранты могут приезжать и проводить океанологические опыты. Особенно много опытов происходит летом. Чтобы ученые не чувствовали отрыв от семьи и работа шла продуктивнее, по-видимому, разрешается приезжать в расширенном составе – с детьми и родственниками.

Для виртуальной экскурсии по местам несостоявшегося путешествия на побережье южного Приморья в «Фейсбуке» была создана общедоступная группа под названием «Приморье: природа, наука, история, повседневность», куда привлечены 18 участников из числа друзей в «Фейсбуке» (всего друзей – 1023 человека и 105 подписчиков). Кроме того, активно использованы такие группы, как:

- «Бухта Витязь, полуостров Гамова» (администратор – Leo Karlson, участников – 761, друзей – 40);
- «Церковь свидетелей Шхуны» (администраторы – Макс Хам, Евгений Артемчук, модератор – Val Darkin, участников – 489);
- «Бухта Витязь, Приморский край» (подписаны 111 чел.);
- «Дальний Восток. Бухта Витязь» (подписаны 102 чел.).

Один из участников – кинооператор Станислав Близнюк – представил ряд видеофильмов на тему достопримечательностей в бухте Витязь и ее окрестностях. Вот некоторые из них:

- Приморская Одиссея 2021. До Андреевки за три дня_2021;
- Приморская Одиссея 2021. Полуостров Гамова. Часть 1-я. Прибытие_2021;
- Приморская Одиссея 2021. Полуостров Гамова. Часть 2-я. Безымянная бухта_2021;
- Приморская Одиссея 2021. Полуостров Гамова. Часть 3-я. На бухте Витязь_2021;
- Приморская Одиссея 2021. Часть 4-я. Новая дорога до Астафьева_2021;
- Приморская Одиссея 2021. Полуостров Гамова. Часть 5-я. Волны и песок_2021;
- Приморская Одиссея 2021. Дыхание океана_2021;

• Приморье 2021 (1). Полуостров Гамова, 28 июня. Бухта Спасения;

• Приморье 2021 (2). Полуостров Гамова, 30 июня. Бухта Витязь;

• Приморье 2021 (3). Полуостров Гамова, 1 июля. Бухта Астафьева;

• Полуостров Гамова, бухта Астафьева. Затерянный мир 2020;

• Полуостров Гамова, бухта Спасения. Как в начале времен_2020;

• Полуостров Гамова, бухта Теляковского. Бриз_2020;

• Затерянные миры – полуостров Гамова (части 1 и 2), 2019 г.

Интересно читать посты участников событий, происходивших в этих местах:

Александр Третьяков:

1971 год. Работаем водолазами на Морской экспериментальной станции (МЭС) в бухте Троица. Уже в 1969 году там под руководством Валерия Семеновича Левина соорудили башню для наблюдений за морскими обитателями.

1977. Работаем на Витязе, водолазная станция из трех жизнерадостных студентов летит на «Прогрессе» выполнять заказы на подводных животин. Работаем с «Прогресса» как-то по заданию Валерия Семеновича Левина, изучаем питание трепангов. Станция около мыса Шульца, недалеко от выхода из бухты. Глубина метров двадцать. Каждый час собираем за трепангами все, что они нагадили, в пробирки.

Июль 1972 года. Лагерь в Первой Песчаной бухте. На МЭСе выдали нам во временное пользование разбитую осенними штормами пластиковую лодку «Восток», именуемую в просторечии «мыльницей», трехлитровую банку эпоксидки и стеклоткань. Работы по восстановлению возглавил преподаватель Томского политехнического института Жора.

Юрий Чистяков:

Это бабочки шелкопряда, очень похожего на обитающего в Европе соснового шелкопряда, а еще больше на известного сибирского шелкопряда. Вид этот встречается только на самом юге Приморского края, вдоль морского побережья, и только там, где растет сосна густоцветковая – кормовое рас-

тение его гусениц. Ближайшая роща этих сосен находится на удалении не менее 4 км от моего подворья. И все же эта бабочка долетела! Обычно такое бывает только в годы, когда велика плотность популяции вида.

Валерий Даркин (модератор группы «Церковь свидетелей Шхуны», подводник):

Погрузились на новую банку в районе мыса Гамова. Банка находится недалеко от известного места «Камень Опасности» и является продолжением подводной гряды, включающей «Камень Опасности». Глубины вокруг – 35 м, вершина банки поднимается до глубины 15 м. Участники погружения – Валерий Даркин и Валерий Величко. Банку на нашем новом дайвсайте назвали «Новина» в память об имении рода Янковских в Северной Корее. Это название навеяно недавним визитом 21–23 августа 2021 года внука Павла Михайловича Янковского Павла и его сына Георгия в бухту Витязь.

Вера Быкова:

Как прекрасно, что мы можем путешествовать! Открывать для себя новые места, получать свежие эмоции не только за рубежом, но и на просторах России! Команда Валерия Даркина! Спасибо! Пусть все будет. И будет здорово!

Литература и источники

1. Галанин А.В., Долгалева Л.М. Стратегии, проблемы и перспективы развития экотуризма в Приморье в современных условиях. URL: http://www.botsad.ru/p_papers8.htm

2. Дальневосточный морской заповедник. URL: http://floranimal.ru/national/park.php?pid=85

3. Жирмунский А.В., Краснов Е.В., Перестенко Л.П. и др. Дальневосточный морской заповедник // Заповедники СССР. Заповедники Дальнего Востока. М.: Мысль, 1985.

4. Магер Н.П. Выбор маршрута для семейного экологического туризма в Приморском крае // Тр. V Междунар. научно-практ. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет (Москва, 28–29 апреля 2010 г.) / общ. ред. В.И. Кружалина. СПб.: Д.А.Р.К., 2010. С. 560–563.

5. Остров Фуругельма. URL: http://www.japsea-vl.narod.ru/furugelma.html

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ САЙТОВ ГОСТИНИЦ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

FUNCTIONAL CAPABILITIES OF HOTEL WEBSITES AT THE PRESENT STAGE OF INFORMATION TECHNOLOGY DEVELOPMENT

УДК 640.4:004

С.П. Саяпин, *преподаватель Московского филиала Российской международной академии туризма, spsayapin@gmail.com г. Москва, Россия*

S.P. Sayapin, *Teacher of the Moscow branch of the Russian International Academy of Tourism, spsayapin@gmail.com Moscow, Russia*

Ключевые слова: информационные технологии; гостиницы; индустрия гостеприимства; web 2.0; сайты; сайты гостиниц; функциональные возможности сайтов гостиниц.

Keywords: information technology; hotels; hospitality industry; web 2.0; sites; hotel sites; functionality of hotel sites.

Рассмотрены функциональные возможности сайтов гостиниц в сети Интернет, внедрение которых позволит гостиницам повысить конкурентоспособность, устойчивость на рынке гостиничного сервиса и услуг, увеличить прибыль, удовлетворить ожидания потенциальных гостей, привлечь дополнительные потоки, что положительным образом скажется на экономике региона.

The article considers the functional capabilities of hotel websites on the Internet, the implementation of which will allow hotels to increase their competitiveness, stability in the market of hotel services and services, increase profits, meet the expectations of potential guests, attract additional flows, which will have a positive effect on the regional economy.

© Саяпин С.П., 2021

С начала 2000-х годов бронирование жилья посредством сети Интернет прочно вошло в нашу жизнь. При этом многие владельцы российского гостиничного сектора до сих пор отдают большее предпочтение не прямому бронированию, а ADS (т.е. альтернативным системам бронирования), ввиду, по их мнению, крупных издержек на создание, продвижение и техническую поддержку сайта.

Вместе с тем ошибочно полагать, что ADS является панацеей. Безусловно, современные тенденции склоняют чашу весов в пользу ADS, однако существуют и недостатки взаимодействия с такого рода каналами бронирования, а именно:

1. ADS как промежуточные платформы-посредники взимают комиссию. Часто размер комиссии доходит до 30–35% с каждой брони. Прямое бронирование с сайта гостиницы повышает прибыль, получаемую с каждого потенциального гостя. Умножив это число на количество потенциальных гостей, получим весьма серьезную цифру упущенной выгоды.

2. Отсутствуют гарантии устойчивого взаимодействия с ADS. В любой момент ADS может отказать в сотрудничестве. В этом случае владельцу гостиницы придется в максимально сжатые сроки осуществлять поиск иных каналов получения трафика, что в обязательном порядке негативно скажется на прибыли гостиницы и будет значительно менее эффективно в сравнении с работой функционального сайта гостиницы в сети Интернет.

3. Гостиница не в полной мере удовлетворяет ожиданиям современного гостя. Попав в гостиницу через ADS, оценив сервис гостиницы в процессе проживания в ней, гость впоследствии пожелает быстро и удобно забронировать номер напрямую. Для этой цели необходимо разрабатывать полифункциональный сайт гостиницы.

Конечно, сказанное не означает того, что необходимо полностью отказаться от возможностей ADS. ADS были и остаются одним из основных источников трафика. Однако привлечение потенциальных гостей следует осуществлять по всем каналам и всеми доступными средствами. На этом этапе мы более тесно переходим к проблематике статьи.

Функциональные возможности сайтов многих современных российских гостиниц оставляют желать лучшего. Особенно остро эта проблема ощущается на сайтах региональных гостиниц. Как исправить возникшую проблемную ситуацию? Ответ на этот вопрос заключается в том, что необходимо поставить себя на место гостя, сделать так, чтобы процесс информационного взаимодействия с гостиницей был понятен и удобен последнему.

Выделим функциональные требования, которые чаще всего не соблюдаются на многих региональных сайтах отечественных гостиниц в сети Интернет, наличие которых вместе с тем абсолютно необходимо:

1. Форма быстрой (онлайн) связи с администрацией и менеджерами гостиницы. При этом форму быстрой (онлайн) связи не следует путать с формой обратной связи, которая функционирует посредством сообщений на электронную почту организации.

Форма быстрой (онлайн) связи имеет безусловное преимущество, так как позволяет ответить на запрос пользователя сайта в момент непосредственного задания им вопроса, не заставляя пользователя ожидать несколько часов. Наличие формы быстрой (онлайн) связи позволяет гостинице в максимально короткие сроки ответить на все интересующие потенциального гостя вопросы, удержав его на сайте.

2. Кроссплатформенность сайта. Анализ нескольких десятков региональных сайтов гостиниц в России показал, что около половины из них не имеют мобильной версии, а часть из тех, у кого имеется мобильная версия сайта, не включают в нее необходимые технико-функциональные элементы. Поэтому потенциальный гость вынужден переходить с мобильной на основную версию сайта, чтобы воспользоваться необходимыми ему функциями.

3. Функция мультиязычности. Несмотря на стоящую перед регионами России задачу развития и максимально возможного большего привлечения иностранного туристического потока, сайты многих региональных гостиниц не могут обеспечить предоставление минимального необходимого количества информации иностранному туристу даже на английском язы-

ке. На многих сайтах вовсе отсутствует такая функция, а вся информация представлена исключительно на русском языке, что, безусловно, представляет неудобство для иностранных туристов, принявших решение выбрать для себя гостиницу в том или ином регионе России.

4. Блок отзывов с привязкой к известным и популярным ADS. Следует отметить, что многие современные региональные сайты гостиниц вовсе не отдают предпочтение наличию на своем сайте отзывов реальных гостей. В то же время практика показывает, что отзывы имеют немаловажное значение при принятии решения потенциальным гостем о возможности для себя проживать в данной гостинице. Наличие блока отзывов с привязкой к известным и популярным ADS позволит гостинице позиционировать себя с положительной стороны.

Таким образом, анализ и внедрение указанных рекомендаций позволит гостиницам повысить конкурентоспособность, устойчивость на рынке гостиничного сервиса и услуг, увеличить прибыль, удовлетворить ожидания потенциальных гостей, привлечь дополнительные потоки, что положительным образом скажется на экономике региона.

Литература и источники

1. Кишкович Ю.П. Перспективные направления использования информационных технологий в туристской индустрии // Экономика и предпринимательство. 2016. № 6. С. 1022–1027.

2. Лукина О.В. Продвижение услуг гостиниц в сети Интернет // Научный вестник МГИИТ. 2019. № 1. С. 82–89.

3. Мархайчук М.М. Использование информационных технологий в индустрии гостеприимства: состояние и перспективы // Экономика и предпринимательство. 2018. № 6. С. 739–743.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

THE USE OF ONLINE TOURIST SERVICES IN MODERN CONDITIONS

УДК 338.482.22

В.И. Шариков, *доцент кафедры туризма и гостиничного дела Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК), канд. пед. наук, доцент,*
sharikov.vi@yandex.ru
г. Москва, Россия

V.I. Sharikov, *Associate Professor, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), PhD (Pedagogics),*
sharikov.vi@yandex.ru
Moscow, Russia

Ключевые слова: туризм; услуги; туристские онлайн-сервисы; продвижение; туристский рынок; интернет-сервисы.

Keywords: tourism; services; online tourist services; promotion; tourist market; internet services.

Рассматриваются современные тенденции использования туристских онлайн-сервисов, цели и задачи развития мультимедийного контента и цифровых технологий в сфере туризма в рамках реализации Стратегии развития туризма на период до 2035 года. Выделены особенности и основные проблемы, сдерживающие развитие современных туристских онлайн-сервисов.

The article considers the current trends in the use of online tourist services, the goals and objectives of the development of multimedia content and digital technologies in the field of tourism in the framework of the implementation of the

© Шариков В.И., 2021

Tourism Development Strategy for the period up to 2035.The features and main problems that hinder the development of modern online tourist services are highlighted.

В условиях пандемии туристские организации вынуждены изменять технологии формирования, продвижения и реализации турпродукта. В туризме возрастает роль использования современных информационных технологий, в частности туристских онлайн-сервисов.

Происходит постепенный переход различных сфер жизни общества и экономики в цифровое пространство. Цифровые технологии становятся главным направлением развития всех сторон нашей жизни.

Правительство Российской Федерации утвердило Стратегию развития туризма в России до 2035 года, в которой важным направлением названо развитие цифровых технологий.

В России предполагаются следующие шаги по развитию мультимедийного контента и цифровых технологий в сфере туризма:

- перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму;
- обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме;
- интеграция государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации, использование цифровых решений для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма [1].

При этом одной из важных задач для развития внутреннего и въездного туризма является создание туристской экосистемы, которая смогла бы объединить на онлайн-платформе всех участников туристского рынка. Данная онлайн-платформа может быть интегрирована с внешними источниками данных и социальными платформами.

На базе такой платформы могут быть разработаны различные сервисы и мобильные приложения, в которых будут реа-

лизованы функции, направленные на продвижение туристского продукта нашей страны.

Следует заметить, что для создания такой онлайн-платформы в туризме предполагается решение следующих задач:

• создание туристского маркетплейса для продвижения туристского продукта Российской Федерации;

• внедрение и развитие мультиязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, с целью повышения доступности, качества и привлекательности туристских услуг, роста эффективности использования туристских ресурсов;

• разработка и реализация электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах нашей страны (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа);

• обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.;

• создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.) для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности использования туристских ресурсов;

• внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных, а также развитие системы продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.;

• развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;

• разработка мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью ин-

теграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов.

Таким образом, следствием данных процессов является постепенное внедрение бизнес-модели туристских онлайн-сервисов, что является перспективным направлением развития туристского бизнеса в целом, но и требует дополнительной проработки технических вопросов функционирования туристских онлайн-сервисов (повышение надежности и безопасности данных сервисов).

Приоритетным направлением в сфере туристских онлайн-сервисов является создание и поддержание интерактивных сайтов по продаже туров, что подкрепляется интерактивной клиентской поддержкой в режиме онлайн. Также необходимо, чтобы туристские онлайн-сервисы предоставляли туристам широкие возможности для самостоятельного планирования тура и позволяли оформить и оплатить заказ, а затем получить все необходимые документы в режиме онлайн. При этом необходим высокий уровень службы поддержки пользователей и максимально возможный уровень интерактивности сайта.

Для эффективного развития туристских онлайн-сервисов необходимо определить законодательную основу для использования электронных путевок, ваучеров, страховых полисов и электронной подписи для туристов и туристских компаний.

Выделим некоторые особенности современных онлайн-сервисов в туризме:

- возможность работы сервисов в разных режимах (онлайн/офлайн), например, Galileo содержит векторные карты, может работать и в офлайн-режиме (если устройство не подключено к Интернету);
- содержание основного функционала сервиса связано с предоставлением информации (предоставление нужной информации в сфере туризма, возможность совершить бронь: отеля, авиабилетов, авто, ж/д билетов, экскурсий и т.д.);
- направленность на различные целевые аудитории (туристов и туристские организации);
- преобладание смешанных типов сервисов над узкоспециализированными, например, Booking является сервисом для бронирования отелей, но при этом обладает дополнительным функционалом (возможность забронировать авиабилеты,

посмотреть необходимую информацию о регионе, трансфере, почитать отзывы и посмотреть рейтинг) [2].

Все большее число туристов обращаются к онлайн-турагентам, компаниям, которые объединяют варианты размещения и транспорта и позволяют пользователям выбирать один или несколько компонентов своей поездки на основе цены или других стимулов.

Таким образом, интернет-технологии кардинально изменили бизнес-процессы в туризме и поведении клиентов. С каждым годом появляется все больше интернет-сервисов, предназначенных для удобства и улучшения многих процессов на туристском рынке. Популярность онлайн-сервисов продолжает расти за счет расширения клиентской базы, что выражается в показателях посещаемости и отклике клиентов. Одним из современных трендов роста и развития популярности интернет-сервисов является сокращение времени от момента бронирования услуг до поездки и увеличение доли бронирования со смартфонов. Интернет-сервисы в туризме являются неотъемлемой частью цифровой социализации, их популярность связана с комфортным открытием новых перспектив и возможностей.

В условиях пандемии и постпандемии объективно увеличивается доля туристов, пользующихся услугами ведущих туристских онлайн-сервисов (Level.Travel, Travelata и Onlinetours).

Данные компании являются первопроходцами онлайн-бронирования, они создали удобные сервисы покупки туров в Интернете и подключены к базам всех ведущих туроператоров страны. Любой тур можно забронировать за несколько минут и оплатить по карте, электронный документооборот осуществляется по электронной почте. Существует круглосуточная поддержка в чате и по телефону, решаются все страховые и визовые вопросы.

Следует заметить, что основная причина, которая сдерживает туристов от первого бронирования тура онлайн, – это проблема безопасности. Однако все онлайн-турагентства по своей организационно-правовой форме являются обычными турагентствами, и все возможные риски, связанные с покупкой туров, решаются в стандартном порядке. Онлайн-брони-

рование тура происходит на официальных функциональных и технологичных сайтах турагентств. Если туроператор не подтверждает тур по какой-либо причине, бронь отменяется и деньги возвращаются туристу на карту.

Максимальную долю онлайн-бронирований (86,4%) в 2019 году продемонстрировали перевозки low-cost. Доля онлайн-продаж в сегменте организованного туризма в том же году оставалась минимальной: на офлайн пришлось 91% от общего объема сделанных бронирований. По подсчетам аналитиков, общая стоимость совершенных из России онлайн-бронирований туристских услуг в 2019 году выросла на 20%. Несмотря на активное развитие сервисов самостоятельного бронирования, для многих туристов формат организованного туризма оказывается более комфортным. По прогнозам аналитиков, в 2023 году онлайн-продажи займут 15% в сегменте организованного туризма при росте всех продаж услуг туроператоров на 28,7% относительно 2019 года [3].

Таким образом, в современных условиях постепенно происходит трансформация потребительского спроса – все больше туристов обращаются к туристским онлайн-сервисам. Чтобы остаться конкурентоспособными, турфирмы должны активно использовать современные информационно-коммуникационные технологии (повышать безопасность онлайн-платежей, совершенствовать интерфейс для упрощения процесса приобретения туристских и экскурсионных услуг, повышать уровень информативности сайтов для туристов, упрощать процесс навигации для них, создавать удобные и функциональные мобильные приложения и др.).

Литература и источники

1. О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года: распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р.

2. Шостак М.А., Яковлева М.А. Интернет-сервисы в туризме: классификационный подход // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 5. С. 1463–1480.

3. Туристы не переходят на цифру // Коммерсантъ. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4250048 (дата обращения: 05.09.2021).

СЕКЦИЯ 4

Тенденции и перспективы развития внутреннего и международного туризма

КАТЕГОРИЯ ГОСТИНИЦЫ КАК ФАКТОР СООТВЕТСТВИЯ УСЛУГ ОЖИДАНИЯМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

HOTEL CATEGORY AS A FACTOR OF SERVICE MEETING CUSTOMER EXPECTATIONS

УДК 338.48

Р.М. Арсений, *и.о. заведующего кафедрой туризма и гостиничного дела Российской международной академии туризма, канд. пед. наук, arseniy-roman@mail.ru*
Московская область, Россия

R.M. Arseniy, *Acting Head of the Department of Tourism and Hospitality of the Russian International Academy of Tourism, PhD, arseniy-roman@mail.ru*
Moscow region, Russia

Ключевые слова: туризм и индустрия гостеприимства; пандемия; внутренний туризм; классификация гостиниц; категория гостиничного номера; ожидания потребителей.

Keywords: tourism and hospitality industry; pandemic; domestic tourism; hotel classification; hotel room category; costomer expectations.

© Арсений Р.М., 2021

С введением обязательной классификации гостиниц в России весь номерной фонд страны подвергается не только подсчету, но и всеобщей стандартизации. Отнесение гостиниц к той или иной категории позволяет потребителю гостиничных услуг выбирать желаемый уровень комфорта и сервиса. Однако при этом отмечается серьезная проблема в стандартизации гостиничных номеров, которые зачастую имеют собственные рекламные наименования, отличающиеся от официальной классификации, что, в свою очередь, препятствует формированию в обществе четких представлений о категориях и особенностях комплектации номеров и зачастую не оправдывает ожидания потребителей.

With the introduction of a mandatory classification of hotels in Russia, the entire number of rooms in the country is not only subject to counting, but also to general standardization. Assigning hotels to one category or another allows the consumer of hotel services to choose the desired level of comfort and service. However, at the same time, there is a serious problem in the standardization of hotel rooms, which often have their own advertising names that differ from the official classification, which, in turn, prevents the formation of clear ideas in society about the categories and features of room equipment, and often does not meet the expectations of consumers.

С 2018 года в России запущен механизм обязательной классификации гостиниц, предполагающий отнесение всех гостиничных предприятий страны к определенным категориям на основании оценки их соответствия установленным требованиям в три этапа [1]. В рамках первого этапа все гостиницы с номерным фондом более 50 номеров обязаны были пройти процедуру классификации до 1 июля 2021 года. Срок окончания второго этапа – 1 января 2020 года, он охватывал гостиницы с объемом номерного фонда от 15 до 50 номеров. Гостиницы с номерным фондом менее 15 номеров попадали на третий этап обязательной классификации со сроком до 1 января 2021 года [2], однако в связи с распространением новой коро-

навирусной инфекции COVID-19 срок был сдвинут на год – до 1 января 2022 года [3]. Всероссийская классификация гостиниц предполагает, прежде всего, предоставление потребителям необходимой и достоверной информации о гостиницах и их соответствии предъявляемым требованиям, что, в свою очередь, должно повысить привлекательность и конкурентоспособность гостиничных услуг.

Положением о классификации гостиниц, помимо шести категорий, присваиваемых отелям, предусмотрено десять категорий гостиничных номеров. Пять из них относятся к номерам высшей категории: сюит, апартамент, люкс, джуниор сюит и студия. Остальные категории именуются числительными (первая, вторая, третья, четвертая и пятая категории) и отличаются площадью, количеством мест и наличием санитарного узла [4]. С 2019 года номер первой категории официально называется «стандарт».

Высшая категория «сюит» представляет собой гостиничный номер общей площадью не менее 75 кв. м, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной либо столовой, кабинета и спальни) с двуспальной кроватью размером 2 × 2 м и дополнительным гостевым туалетом.

Высшая категория «апартамент» – это гостиничный номер общей площадью не менее 40 кв. м, состоящий из двух и более комнат (гостиной либо столовой и/или спальни), с двуспальной кроватью размером 1,8 × 2 м, с кухонным оборудованием (варочная панель, микроволновая печь, посудомоечная машина, раковина, вытяжка).

Высшая категория «люкс» – это гостиничный номер общей площадью не менее 35 кв. м, состоящий из двух жилых комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание одного или двух человек.

Высшая категория «джуниор сюит» – это однокомнатный гостиничный номер общей площадью не менее 25 кв. м, рассчитанный на проживание одного или двух человек с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной, столовой или кабинета.

Высшая категория «студия» – это однокомнатный гостиничный номер общей площадью не менее 25 кв. м, рассчитанный на проживание одного или двух человек с кухонным обо-

рудованием (варочная панель, микроволновая печь, посудомоечная машина, раковина, вытяжка).

Первая категория (стандарт) представляет собой гостиничный номер, состоящий из одной жилой комнаты с одной или двумя одноярусными кроватями, с полным санузлом (ванна/душ, умывальник, унитаз), рассчитанный на проживание одного или двух человек с минимальной площадью жилой части номера от 9 до 16 кв. м в зависимости от количества мест в номере и категории гостиницы. Требования к площади номеров и санитарных узлов представлены в приложении 4 Положения о классификации гостиниц.

Вторая категория – гостиничный номер, состоящий из одной жилой комнаты с одной или двумя кроватями, с неполным санузлом (умывальник, унитаз либо один полный санузел в блоке из двух-трех номеров), рассчитанный на проживание одного или двух человек с минимальной площадью комнаты от 9 до 12 кв. м в зависимости от количества мест.

Третья категория – гостиничный номер, состоящий из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, с неполным санузлом (умывальник, унитаз либо один полный санузел в блоке из двух-трех номеров), рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчета на одного проживающего: 6 кв. м – в гостиницах круглогодичного функционирования, 4 кв. м – в гостиницах сезонного функционирования.

Четвертая категория – гостиничный номер, состоящий из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, с умывальником, рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчета на одного проживающего: 6 кв. м – в зданиях круглогодичного функционирования, 4 кв. м – в гостиницах сезонного функционирования. Для хостела допускается площадь номера из расчета не менее 4 кв. м на одну одноярусную кровать.

Пятая категория – гостиничный номер, состоящий из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, без сантехнического оборудования (туалеты, ванные комнаты или душевые – общего пользования), рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчета на

одного проживающего: 6 кв. м – в зданиях круглогодичного функционирования, 4 кв. м – в гостиницах сезонного функционирования. Для хостела допускается площадь номера из расчета не менее 4 кв. м на одну одноярусную или двухъярусную кровать (с расстоянием от верхней спинки двухъярусной кровати до потолка не менее 75 см).

Комплектация гостиничных номеров мебелью, техническим оборудованием, текстилем и косметическими средствами отличается. Кроме того, оснащение номеров зависит и от категории гостиницы, в которой они находятся. Так, номер первой категории (стандарт) в гостинице категории «без звезд» будет включать только самое необходимое для гостя, а в отеле категории «четыре звезды» его комплектация почти не будет отличаться от комплектации номеров высшей категории. В то же время номер высшей категории в гостинице любой звездности будет иметь почти одинаковую комплектацию, за исключением небольшой разницы в нескольких позициях и, возможно, в качественных характеристиках мебели, оборудования и косметических средств.

Выбирая гостиницу для своего временного пребывания в том или ином городе, потребитель ориентируется на разные показатели. Исследование аналитического центра сервиса поездок и путешествий «Туту.ру», проведенное летом 2021 года, показало, что самым важным критерием выбора отеля для российских путешественников является расположение отеля по отношению к центру города, основным туристским достопримечательностям или морю. Так ответили 49% из числа опрошенных. 19% респондентов к числу важных критериев относят камерность и аутентичность гостиниц. Наличие питания и его качество в отелях важным оказалось лишь для 14% путешественников: многие рассчитывают на присутствие большого количества предприятий общественного питания или возможность самостоятельного приготовления еды. Интересно, что на известный бренд отеля ориентируются всего 2% опрошенных [5].

Нужно отметить, что и звездность отеля для многих российских потребителей пока не является показателем. Лишь 10% респондентов данного исследования обращают внимание

на количество звезд. Увы, но пока российский потребитель гостиничных услуг, действительно, не осведомлен об особенностях гостиниц той или иной категории. Оценка качества и ассортимента услуг потребителем осуществляется интуитивно, чаще всего на основе предыдущего опыта, причем заграничного, либо на основании увиденного в кино или СМИ.

Онлайн-сервис организации путешествий OneTwoTrip провел собственное исследование, в котором выявил, гостиницы какой категории путешественники предпочитают бронировать. 24,5% опрошенных не обращают внимание на категории отелей. Около половины (41,3% респондентов) предпочитают четырехзвездочные гостиницы. 25,8% респондентов выбирают отели категории «две звезды» или «три звезды». Клиентами пятизвездочных отелей из числа опрощенных являются лишь 8,4% [6]. Это исследование показывает, что в сознании потребителя звезды все же имеют значение и являются своего рода фактором соответствия их ожиданиям.

Согласно толковому словарю, ожидание – это надежда на что-нибудь или предположение [7]. Выбирая отель, потребитель надеется на то, что он удовлетворит его потребности и пожелания, будет соответствовать его эстетическим вкусам, персонал отеля будет гостеприимным и внимательным, услуги – качественными и своевременными, а гостиничный номер – чистым и комфортным.

Основываясь на предоставленной отелем информации о своей категории, отражающей все перечисленные выше ожидания, потребитель может принять взвешенное решение. Именно для этого и вводилась обязательная классификация гостиниц в России. Всеобщая стандартизация гостиничного обслуживания должна помочь потребителю разобраться в том, какой уровень обслуживания ему подходит по качеству и цене.

Однако на деле ситуация гораздо многоаспектнее и сложнее. Несмотря на то что система классификации в России действует еще с 2003 года, а отдельные ее вариации существовали и раньше, современный потребитель еще не в полной мере к ней готов. К сожалению, массовый выездной туризм существенно сыграл против гостиничного бизнеса внутри стра-

ны. Многолетний опыт путешествий и отдыха российских граждан за рубежом сформировал устойчивое представление о качестве гостиничных услуг. Гостиницы в России имеют другую экономику и подходы, отличающиеся от зарубежных, что зачастую создает препятствия на пути к ожидаемому со стороны потребителя качеству обслуживания. Это касается и подходов к категорированию номерного фонда каждым отелем, что создает в сознании потребителя хаос. Назовем основные, на наш взгляд, проблемы в этой области:

1. Несоответствие наименований категорий гостиничных номеров. На первый взгляд, проблема может показаться несущественной. Однако если углубиться, то в ней можно увидеть корень других проблем. Начнем с того, что в ходе классификации комиссия присваивает официальную категорию не только отелю, но и его номерам. Каждая категория предполагает не только технические характеристики по площади и количеству комнат, но и требования к оснащению. И если присвоенные звезды отель гордо демонстрирует на фасаде, во всех интернет-ресурсах и рекламе, то категории номеров остаются лишь в свидетельстве об их присвоении, в лучшем случае – в уголке потребителя. Так сложилось на практике, что каждый отель предпочитает дифференцировать свои номера по цене и другим характеристикам, давая каждой категории уникальное название. Таких категорий в одном отеле могут быть десятки. В то время как официально присвоенных, например, всего три. Уход от официально присвоенных категорий не только нарушает законодательство, вводя потребителя в заблуждение, но и не позволяет гостям отеля привыкать к характеристикам гостиниц и номеров тех или иных категорий.

2. Несоответствие комплектации номеров заявленной категории часто вызывает проблемы, оставляющие ожидания потребителя неоправданными. Например, забронировав гостиницу категории «три звезды» потребитель ожидает увидеть в номере фен. А приезжая в отель, не обнаруживает его или получает информацию, что фен предоставляется по запросу. Это лишь пример, поскольку ожидания потребителей – более сложный комплекс заранее сформированных ожиданий. Как

правило, во время оценки отеля для присвоения ему звезд, комплектация номеров полная, а после отъезда комиссии она существенно изменяется. Проблема неполной комплектации гостиничных номеров может быть причиной экономии руководства отеля на тех или иных атрибутах. Рассчитывая, что гость пока еще плохо знает систему классификации гостиниц, отельеры не кладут, к примеру, прикроватные коврики, вторые подушки, резервные рулоны туалетной бумаги; кладут неполный комплект полотенец и вешалок-плечиков и т.д. При этом к ним не приходит осознание, что отель фактически теряет ценность звезд, гордо размещенных на фасаде.

3. Недостаточная квалификация специалистов по классификации гостиниц. Бывает, что оценка отеля и его номеров проходит с нарушением норм, представленных в положении о классификации гостиниц. Это случается по причине низкой квалификации специалиста либо является актом заведомо незаконной деятельности. Специалисты низкой квалификации порой оценивают номера, исходя из их технических параметров (площадь, количество комнат, вместимость и наличие санитарного узла), забывая о комплектации. Всему виной видимость простоты работы по оценке отелей, поэтому прошедшие различные краткосрочные курсы «специалисты» отправляются оценивать гостиницы, порой не понимая ни процедурных операций, ни особенностей применения тех или иных критериев. Поэтому бывает, что в гостинице заявлены номера высшей категории, а по факту они комплектуются как стандартные, что вызывает разочарование у гостя.

Решением сложившихся проблем могут быть следующие предложения.

Прежде всего, указание в прайс-листах и интернет-ресурсах отеля официально присвоенных категорий гостиничных номеров. При этом никто не мешает осуществлять ценовую дифференциацию внутри этих категорий. Например, при необходимости можно разделить все номера первой категории (стандарт) на несколько подкатегорий, указав это в прайс-листе (номера первой категории – стандарт: «бизнес», «комфорт», «делюкс»). Многие отели ограничиваются внутренним приказом, сопоставляющим имеющиеся маркетинговые наи-

менования категорий с официально присвоенными в рамках классификации гостиницы. Такой подход хоть и не нарушает законодательства, но все же не позволяет потребителю привыкнуть к официальным наименованиям категорий с целью их многократного дальнейшего применения в ходе бронирования отелей.

Проблему несоответствия комплектации гостиничного номера можно решить более строгим мониторингом со стороны руководителя службы номерного фонда или хозяйственной службы. Это в том случае, если персонал недоукомплектовывает номера по невнимательности. В остальных случаях – это ответственность управляющего: его философия и экономика предприятия. Отели, которые не могут нести высокие издержки по обеспечению полной комплектации номеров, должны иметь более низкую категорию.

Проблемы недостаточной квалификации специалистов по классификации гостиниц необходимо решать путем ужесточения требований к их подготовке, аттестации и ведению единого государственного реестра специалистов по классификации гостиниц.

Причисленные проблемы способствуют формированию неоправданных ожиданий потребителей. Каждая категория гостиничного номера, заявленная в отеле, должна носить официальное наименование, определенное действующим законодательством, а сам номер должен быть полностью укомплектован в соответствии с требованиями. Представленные предложения могут способствовать оздоровлению ситуации и привести к постепенному привыканию потребителей гостиничных услуг к особенностям российских гостиниц, сформировать четкие представления об уровне сервиса и комфорта, исходя из предоставленной гостиницей информации об официально присвоенной ей категории.

Литература и источники

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ.

2. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской

Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии: федер. закон от 05.02.2018 № 16-ФЗ.

3. О продлении действия разрешений и иных особенностях в отношении разрешительной деятельности в 2020 году: постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 440.

4. Об утверждении Положения о классификации гостиниц: постановление Правительства РФ от 18.11.2020 № 1860.

5. http://businesspskov.ru/rdosug/travel/186665.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Finstory%2FRossiyane_perechislili_vazhnye_usloviya_privybore_otelya--ef6a357d270d048f0609fa7a3b594777

6. https://ria.ru/20200109/1563207057.html

7. Толковый словарь русского языка: 72 500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 2-е изд., испр. и доп. М.: Азъ, 1994.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ БРЕНДОВ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

GASTRONOMIC BRANDS IDENTIFICATION OF THE KEMEROVO REGION

УДК 338.48 (571.17)

О.А. Брель, *заведующая кафедрой, brel_o_a@mail.ru*
Ф.Ю. Кайзер, *старший преподаватель кафедры, filipp.kaizer@yandex.ru*
Кафедра геологии и географии Кемеровского государственного университета, г. Кемерово, Россия

© Брель О.А., Кайзер Ф.Ю., 2021

O.A. Brel', *Head of the Department, Grand PhD in Education, Associate Professor, brel_o_a@mail.ru*
Ph.Ju. Kaizer, *Senior Lecturer, filipp.kaizer@yandex.ru*
Department of Geology and Geography of Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Ключевые слова: туризм; гастрономические особенности; гастрономический бренд; туристско-рекреационный район; Кемеровская область; идентификация.

Keywords: tourism; gastronomic features; gastronomic brands; tourist-recreational area; Kemerovo region; identification.

Определяются гастрономические особенности туристско-рекреационных районов Кемеровской области с целью идентификации гастрономических брендов. Выявлена не только гастрономическая специфика районов, но и сходные характеристики. На основе этого проведено объединение районов с близкими гастрономическими характеристиками, национально-гастрономической и природно-гастрономической спецификой, а также с общими возможностями создания и продвижения единого гастрономического бренда территории в группы. Исследование показало все многообразие гастрономических особенностей Кузбасса и широкие возможности для продвижения гастрономических брендов как дополнительного механизма привлечения туристов в регион.

The article defines the gastronomic features of the tourist-recreational areas of the Kemerovo region in order to identify gastronomic brands. Revealed not only the gastronomic specificity of the regions, but also similar characteristics. On the basis of this, the authors have combined areas with similar gastronomic characteristics, national gastronomic and natural gastronomic specifics, as well as with the general possibilities of creating and promoting a single gastronomic brand of the territory into groups. The study showed all the variety of Kuzbass gastronomic features and ample opportunities for promoting gastronomic brands as an additional mechanism for attracting tourists to the region.

Территориальная идентичность играет важную роль в формировании образа дестинации в сознании потребителей исходя из их предпочтений и потребностей. В поисках впечатлений и с целью удовлетворения рекреационных потребностей турист с большей вероятностью в качестве места путешествия выберет территорию с устойчивым туристским образом, вызывающим желание ее посетить. Значимым фактором формирования привлекательного образа туристской дестинации является наличие узнаваемых, запоминающихся брендов, повышающих конкурентные преимущества территории на туристском рынке.

Бренд – это реальный визуальный или виртуальный символ, с помощью которого подчеркивается уникальность и оригинальность территории, а туристы узнают, запоминают дестинацию и выделяют ее среди других [1]. Важной составляющей туристского бренда региона является его гастрономический компонент. Гастрономические особенности территории отражают ее культуру, традиции, историю, природные и климатические особенности, специфику региона, в том числе связанную с его промышленной (хозяйственной) специализацией, а гастрономический бренд позволяет повысить аттрактивность территории, создавая дополнительную мотивацию, повод для ее посещения [2].

В России не так много территорий, известных на всю страну своими гастрономическими брендами, тем не менее они есть: Тульская область – тульский пряник, Алтайский край – алтайский мед, Республика Адыгея – адыгейский сыр, Краснодарский край – вина «Абрау-Дюрсо», Астраханская область – астраханский арбуз, Тверская область – пожарские котлеты, Республика Крым – знаменитые вина «Массандра», Вологодская область – вологодское масло, Ростовская область – донская уха, Республика Саха (Якутия) – строганина, Республика Дагестан – блюда из баранины и т.д. Но на местном (региональном) уровне гораздо больше территорий могут похвастаться своими уникальными гастрономическими особенностями, которые в силу малой «раскрученности» извест-

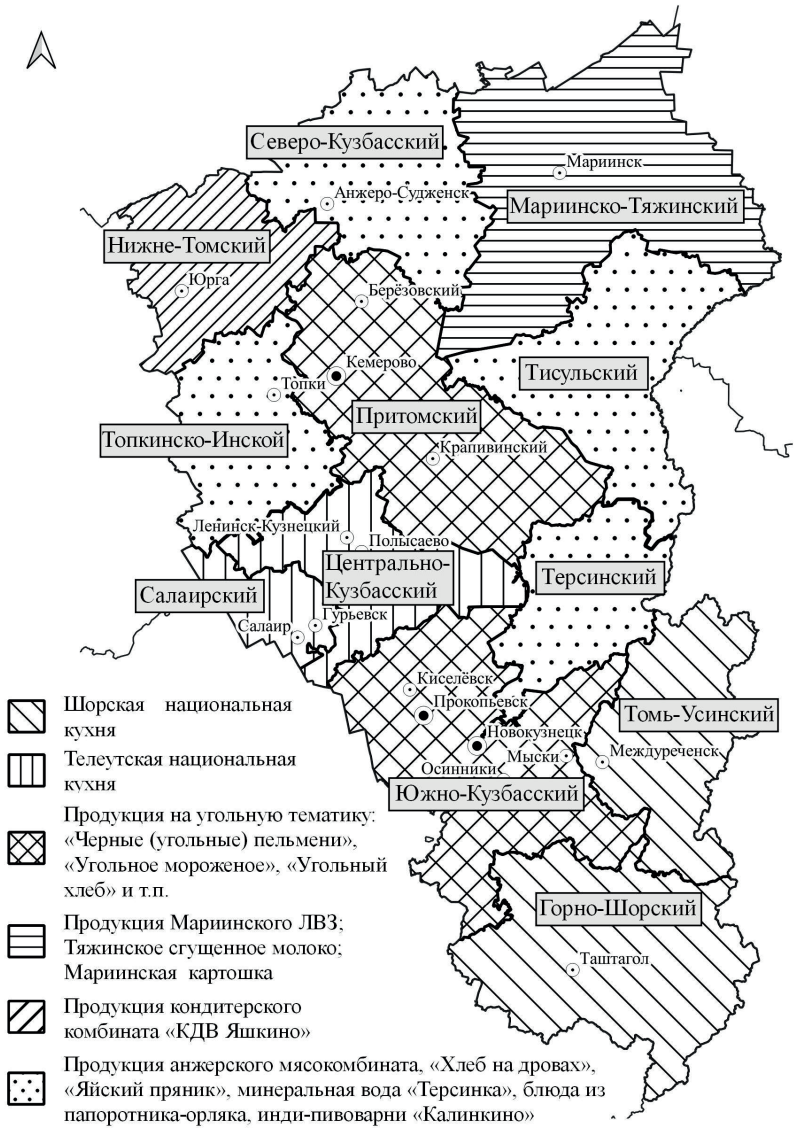
ны не очень широкому кругу потребителей, в основном проживающих в самом регионе.

У Кемеровской области, которая в последнее десятилетие активно развивает туризм, как и у большинства регионов, отсутствует ярко выраженный гастрономический бренд, который бы ассоциировался с территорией и вызывал устойчивый туристский образ. Кузбасс – регион с богатыми традициями и историей, связанной не только с открытием угля и промышленным освоением недр, но и с коренными народами, с сибирским колоритом, многонациональными традиционными праздниками и трудовыми буднями. В настоящее время в регионе ведутся попытки продвижения региональной кухни, сочетающей блюда коренных народов с продукцией, связанной с угольным образом Кузбасса, в рамках развития бренда «Кузбасская кухня».

В настоящем исследовании авторами проведена идентификация гастрономических брендов Кемеровской области в 12 туристско-рекреационных районах Кузбасса с последующей их группировкой по ряду сходных характеристик.

За основу взято туристско-рекреационное районирование Кемеровской области, предложенное С.Д. Тивяковым (1989), исходя из критериев внутреннего единства природы, уровня транспортной доступности и степени туристской освоенности, преобладающих видов туризма [3]. Отметим, что проведенное С.Д. Тивяковым районирование активно используется в исследованиях по рекреационной географии Кемеровской области, а также принято администрацией региона для разработки ряда программ и стратегий развития туристской деятельности [4; 5; 6].

На базе предложенного С.Д. Тивяковым районирования авторами были проведены исследования по выявлению гастрономических особенностей каждого туристско-рекреационного района, которые могли бы стать гастрономическими брендами не только отдельных районов, но и региона в целом (см. рис.).



Картосхема гастрономических брендов Кемеровской области на основе туристско-рекреационного районирования региона

Первым туристско-рекреационным районом выступает Горно-Шорский, где расположен знаменитый горнолыжный курорт Шерегеш. Здесь наряду с горнолыжным, событийным и этнографическим видами туризма (Горная Шория – место компактного проживания шорцев), весьма перспективным видом может стать гастрономический туризм. В качестве гастрономического бренда могут выступить шорские национальные блюда, а именно: пельмени «пелбен», блюда из папоротника-орляка, суп «тутмаш» (мясной суп с шариками из теста), суп «иурге» (крупяной), кровяная колбаса «кан», пирожки с начинкой «перегештер», десерт «токчок», медовые шарики «арбачак», пирог «курмек» и многое другое. Также на территории района проводится ряд мероприятий, способствующих развитию гастрономического туризма. К ним относятся фестиваль-ярмарка «Всекузбасская масленица», фестиваль под эгидой проекта «Гастрономическая карта России» и др.

Мариинско-Тяжинский туристско-рекреационный район славится кофейным коктейлем «Старый Мариинск» и продукцией мариинского ликеро-водочного завода, которые могли бы стать гастрономическими брендами района вместе, например, с национальными мордовскими блюдами, среди которых блины на манке, пачат, шонгорям, медовый кисель. Также район славится тяжинским сгущенным молоком, итатским пряником с джемом из местных ягод и другими продуктами и блюдами. Помимо этого, отличительной особенностью продвижения данного района в рамках гастрономического туризма является картофель и блюда с его использованием, так как Мариинский район – родина мирового рекорда по урожаю картофеля, установленного более 75 лет назад. В городе Мариинске даже есть памятник картошке, который уже является одной из визитных карточек города.

На территории *Нижне-Томского* района в качестве гастрономического бренда выступает известная во многих уголках России продукция кондитерского комбината «КДВ Яшкино» (вафли, печенье, конфеты и т.д.), также потенциальными брендами могут быть тайгинский пряник, сало по-тайгински и др. Кроме того, в этом туристско-рекреационном районе расположен историко-культурный и природный музей-заповедник «Томская писаница» – излюбленное место жителей

Кузбасса и соседних регионов, где уже традиционным стало проведение событийных гастрономических мероприятий, способствующих популяризации региональных гастрономических брендов. В качестве примера приведем только несколько из них: фольклорно-гастрономический фестиваль «Праздник сибирского самовара», куда съезжаются травники и пасечники со всего региона и представляют на дегустацию мед разных сортов, медовуху, чаи, напитки и кулинарные изделия из целебных сибирских трав; фестиваль казачьей культуры и гастрономический фестиваль «Национальная кухня», где представляются гастрономические изыски народов, проживающих в Кузбассе.

В *Притомском* районе со столицей Кузбасса г. Кемерово, который является центром историко-культурного и промышленного туризма, гастрономическим брендом могут выступить блюда и продукты, передающие специфику угольного региона и способные удивить гостей своей неповторимостью и кузбасским колоритом: черные пельмени (пельмени из «угольного» теста), «угольный» хлеб, «угольная» паста (черные макароны), «угольное» мороженое, закуска «Шахтерский тормозок», а также отражающие сибирские, таежные и другие гастрономические особенности региона: пирог с колбой, соленый папоротник в вакууме, крапивинский пряник «Тайдон» и национальные блюда чувашской кухни (чувашское пиво, чувашское блюдо «шартан» и др.).

Салаирский туристско-рекреационный район богат телеутской национальной кухней, которая может стать основой для продвижения гастрономического бренда района. Например, зразы по-телеутски с начинкой из черемши с гарниром из папоротника, жареные калачики «кайнаткан калачик», жареные пирожки «кайнаткан порек», хворост «катама», воздушное печенье «табаккурсагы», творог «аарчы», суп «тутмаш», мясной пирог «курник» и многое другое не оставят равнодушными любителей гастрономических изысков и национального колорита.

В *Северо-Кузбасском* районе в качестве гастрономического бренда предлагается продукция анжерского мясокомбината, хлеб на дровах, яйский пряник, грибные деликатесы, блюда

из колбы (черемши). *Терсинский* район представлен производством минеральной воды «Терсинка», которая, помимо гастрономического бренда, ассоциируется с сибирским здоровьем, крепким духом, силой гор Кузнецкого Алатау. В *Тисульском* туристско-рекреационном районе гастрономическим брендом могут стать разноцветные фаршированные блины «Светофор», а также блюда из папоротника-орляка. В качестве гастрономического бренда *Томь-Усинского района*, как и в Горно-Шорском районе, могут выступить шорские национальные блюда («пелбен», «тутмаш», «иурге», «кан», «перегештер», «токчок» и т.п.).

Основными гастрономическими брендами *Топкинско-Инского* района могут выступить продукция инди-пивоварни «Калинкино», домашняя молочная продукция сибирского казачьего острога. На территории *Центрально-Кузбасского* района гастрономическим брендом, как и в Салаирском районе, предлагается телеутская национальная кухня.

В *Южно-Кузбасском* туристско-рекреационном районе, где расположен г. Новокузнецк – южная столица Кузбасса, гастрономическим брендом может стать лагман «калтанский», мороженое «Сибирский уголь», водка «Кузнецкий острог» и др. Помимо этого, на территории района ежегодно проводится гастрономический фестиваль «Вишневый рай Кузбасса», на котором представлены различные блюда из вишни и хлебобулочные изделия с вишневой начинкой.

Выявление и идентификация гастрономических брендов туристско-рекреационных районов Кемеровской области дали возможность определить не только их гастрономическую специфику, но и сходные характеристики. Это позволило провести объединение районов с близкими гастрономическими особенностями, национально-гастрономической и природно-гастрономической спецификой, а также с общими возможностями создания и продвижения единого гастрономического бренда территории в шесть групп (см. табл.).

По мнению авторов, это облегчит разработку и реализацию механизмов (программ, стратегий) позиционирования не только гастрономических брендов региона, но и общего туристского бренда Кузбасса.

Гастрономические бренды Кемеровской области

Туристско-рекреационные районы	Гастрономические бренды	Значение
Горно-Шорский, Томь-Усинский	Шорская национальная кухня	Федеральное
Салаирский, Центрально-Кузбасский	Телеутская национальная кухня	Федеральное
Притомский, Южно-Кузбасский	Продукция на угольную тематику: черные («угольные») пельмени, «угольное» мороженое, «угольная» паста, «угольный» хлеб и т.п.	Федеральное
Мариинско-Тяжинский	Продукция Мариинского ликеро-водочного завода; тяжинское сгущенное молоко; мариинская картошка	Федеральное
Нижне-Томский	Продукция кондитерского комбината «КДВ Яшкино» (вафли, печенье и др.)	Федеральное
Северо-Кузбасский, Терсинский, Тисульский, Топкинско-Инской	Продукция анжерского мясокомбината, хлеб на дровах, яйский пряник, минеральная вода «Терсинка», блюда из папоротника-орляка, продукция инди-пивоварни «Калинкино»	Региональное

Таким образом, проведенная идентификация гастрономических брендов на основе туристско-рекреационного районирования Кемеровской области показала все многообразие

гастрономических особенностей Кузбасса и широкие возможности для продвижения гастрономических брендов как дополнительного механизма привлечения туристов в регион.

Литература и источники

1. Егорова Е.Н., Цыганова В.О. Бренд как фактор развития туристского региона // Colloquium-Journal. 2019. № 20-5 (44). С. 4–6.

2. Трабская Ю.Г., Чернова Е.В. Роль гастрономических брендов в продвижении туристских дестинаций // Известия Санкт-Петербургского экономического университета. 2015. № 1 (91). С. 52–59.

3. Тивяков С. Д. Рекреационное районирование Кемеровской области // Природа и экономика Кузбасса. Новокузнецк, 1989. С. 37–42.

4. Евтушик Н.Г., Кузьминых О.А. Особенности рекреационных районов Кемеровской области и их экологическая оценка // Природа и экономика Кемеровской области и сопредельных территорий. Новокузнецк, 2015. С. 38–41.

5. Кайзер Ф.Ю. Туристско-рекреационное районирование Кемеровской области // Цифровая география: материалы Всерос. научно-практ. конф. с междунар. участием «Цифровые и геоинформационные технологии в изучении территориальных общественных систем, рекреационной географии и туризме» / науч. ред. А.И. Зырянов. Пермь, 2020. Т. 2. С. 146–149.

6. Об утверждении стратегии развития туристско-рекреационного кластера Кузбасса на период до 2025 года: распоряжение коллегии администрации Кемеровской области от 03.06.2015 № 301-р. URL: https://docs.cntd.ru/document/428564318 (дата обращения: 17.08.2021).

НОВЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

THE LATEST TRENDS AND SHORT-TERM PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC AND FOREIGN ETHNOCULTURAL TOURISM

УДК 338.48(075.8) ББК 75.81я73

А.Г. Бутузов, *доцент кафедры экономики Московского государственного областного технологического университета, канд. геогр. наук, доцент, sarmatant@inbox.ru г. Королев, Московская область, Россия*

A.G. Butuzov, *Associate Professor, Department of Economics, Moscow State Regional University of Technology, PhD in Geography, Associate Professor, sarmatant@inbox.ru Korolev, Moscow region, Russia*

Ключевые слова: новейшие тенденции этнокультурного туризма в России и за рубежом.

Keywords: the latest trends in ethnocultural tourism in Russia and abroad.

Изложен авторский взгляд на теоретические основы развития этнокультурного туризма в России. Дана оценка современного состояния, выявлены основные тенденции и новейшие сдвиги на отечественном рынке этнокультурных путешествий; изложены вероятные перспективы развития этнокультурных путешествий в России.

The article presents the author's view of the nature of the development of ethnocultural tourism in Russia and abroad in the last decade. An assessment of the current state is given, trends and the latest shifts in the field of ethnocultural travel in connection with the coronavirus pandemic are identified;

© Бутузов А.Г., 2021

the probable prospects for the development of domestic ethnocultural tourism are outlined.

Обращение к выбранной тематике связано с продолжающимся в последние десятилетия усилением сектора этнокультурных путешествий в глобальной и российской туристкой индустрии. Сегмент этнокультурных поездок демонстрировал кардинальную трансформацию ресурсной базы, маркетинговых технологий, вкусов и предпочтений участников. Велики шансы на превращение этнокультурного туризма в долгосрочной перспективе в подлинно массовый вид международных и внутренних путешествий. По крайней мере, в высокоразвитых странах организованные и стихийные туры с этнокультурной мотивацией демонстрировали с начала нынешнего столетия устойчивые и высокие темпы увеличения.

Накануне пандемии коронавируса в мировом этнокультурном туризме прослеживались следующие важные тенденции:

1) углубляющаяся цифровизация (в первую очередь, за счет индивидуальных запросов);

2) увеличение удельного веса кратких поездок;

3) ориентация на получение ценных навыков и эмоциональных переживаний;

4) стремление к гармонизации взаимодействия с принимающей природной и социальной средой [4].

Прогрессирующая цифровизация корреспондирует с давним трендом мирового туризма к сегментации и персонификации туристских запросов. К 2019 году подавляющее и растущее большинство туристов в мире и в России в частности пользовались цифровыми услугами. В потоках внутреннего и въездного этнокультурного туризма в России доля пользователей цифровых платформ составила 60% против 21% в массовых видах путешествий.

Более полувека в развитых странах отмечается растущий интерес к посещению этнических и этнографических парков, этноцентров и деревень. В России взрывное увеличение объектов этнокультурно-туристской инфраструктуры пришлось на первые десятилетия XXI века. Новейший крен к получению практического и чувственного опыта, требований экологичности есть проявление давней глобальной рекреационной

парадигмы. Это объясняет приоритетную роль эколого-этнографического туризма в структуре отечественного этнокультурного туризма [2].

Помимо магистральных тенденций, этнокультурному туризму имманентно многообразие региональных и национальных трендов и моделей. Пространственная дифференциация прослеживается в характере и динамике потоков, в образе жизни и в рекреационных запросах клиентуры, в качестве и составе инфраструктуры этнокультурного туризма. Преобладающее большинство интернациональных поездок с этнокультурной мотивацией приходится на Европейский, Азиатско-Тихоокеанский и Североамериканский туристские макрорегионы.

В 2019 году на фоне среднемирового увеличения международных поездок на 4% положительной динамикой выделялся Азиатско-Тихоокеанский регион (рост на 5%) [4]. Наивысшие темпы этнокультурных международных и внутренних прибытий в АТР в последние десятилетия объяснялись не только общим увеличением масштабов туризма, но и кардинальной трансформацией структуры туристского спроса. В Китае, в Индии, в странах Юго-Восточной Азии на смену первому поколению массовых туристов пришла новая генерация путешественников с более высоким образовательным цензом и кругозором, иными целевыми установками. Североамериканский регион, напротив, демонстрировал скромные показатели увеличения этнокультурных поездок (на 2%) вследствие самых низких за минувшее десятилетие темпов роста американской экономики.

Близкие к среднемировым показателям темпы этнокультурных визитов в Европе (рост на 4%) были во многом обусловлены общеевропейским трендом на приобщение европейцев к собственным цивилизационным истокам, к национальным и локальным вариациям образа жизни.

До пандемии коронавируса отечественному этнокультурному туризму были свойственны такие специфические черты, как:

1) примат комбинированных туров и программ с экологической, событийной, или гастрономической основой и подчиненным этнокультурным компонентом либо экологических

и агротуров над собственно этнокультурными туристскими продуктами;

2) гипертрофированная доля сегментов «люкс» и низкого туристского класса в организованном туризме, а именно наивысшая популярность относительно дорогих недельных туров и бюджетных туров выходного дня;

3) более высокое, чем в массовых видах путешествий, участие профессиональных организаторов в реализации этнокультурных туров и программ, в первую очередь продолжительных и дорогих (в 2018 году – 1/5 всех внутренних туристов против 2/5 от числа участников этнокультурных поездок);

4) относительное доминирование среди участников организованного этнокультурного туризма дружеских компаний и пар в возрасте до 30–35 лет, а не членов семей, как это наблюдается в высокоразвитых странах;

5) на фоне сокращения реальных доходов у основной массы российского населения падение доли стихийных краткосрочных (до 1–2 дней) поездок с выраженной этнокультурной мотивацией;

6) инерционность сложившейся на рубеже второго и третьего тысячелетий пространственной ориентации туристских потоков внутренних и иностранных гостей;

7) направленность российской клиентуры (в подавляющем большинстве жителей миллионных агломераций) преимущественно в дестинации, позиционирующие нерусские этнокультурные комплексы – 12 из 15 регионов-лидеров относились к национальным субъектам;

8) более предпочтительная ориентация иностранных гостей на визиты в районы с традиционным русским наследием;

9) растущая привлекательность прежде малоизвестных и почти неизвестных дестинаций, артикулирующих как к русскому (Калужская и Ивановская области), так и к иноэтничному этнокультурному колориту (Республика Коми, Крым, Дагестан).

К 2019 году безусловными лидерами по объемам этнокультурных путешествий («драконы») выступали Республика Карелия, Вологодская область, Республика Бурятия, Иркутская область, Республика Коми, Алтайский, Хабаровский и Камчатский края. В когорту регионов, уступавших по количеству

прибытий флагманам этнокультурного туризма («тигры»), входили Республики Хакасия и Алтай, Удмуртская Республика, Республика Якутия-Саха, Псковская и Калужская области, Республика Калмыкия и Ханты-Мансийский автономный округ [3]. Достижения этих субъектов в сфере этнокультурного туризма предопределены не столько богатством и разнообразием, уникальностью и специфичностью этнокультурных ресурсов, сколько общим состоянием и прогрессом туристской инфраструктуры, инициативами региональных властей и профессиональных организаторов путешествий.

В третью группу («летящие гуси») входили Краснодарский и Приморский края, Республики Крым, Татарстан, Башкортостан, Марий Эл и Дагестан, Кабардино-Балкарская и Чувашская Республики, Калининградская, Архангельская, Владимирская, Челябинская, Костромская и Мурманская области, принимавшие менее значительные, но интенсивно растущие потоки этнокультурных путешественников. В отличие от предыдущих категорий, эти регионы не специализировались на этнокультурном туризме. Это согласуется с явным преобладанием комбинированных туров с этнокультурным компонентом в структуре этнокультурных региональных продуктов.

В рамках третьей категории выделим дестинации, лидирующие в общенациональном туристском рейтинге. В первую очередь, это Краснодарский край с самым масштабным в России и сравнительно постоянным в течение года притоком внутренних и въездных путешественников. Вспомним о «ближнем» туризме (экскурсионных поездках продолжительностью 1–2 дня), весьма популярном в советский период на курортах Большого Сочи.

Приморский край и Владимирская область, по данным за 2018–2019 годы, приняли соответственно 5 и 3% от всего потока иностранных гостей в Россию. Стабильный приток иностранных и российских гостей благоприятствует продвижению туров и программ этнокультурного содержания. В частности, действующий на острове Русский этнопарк «Возрождение» пользуется популярностью среди деловых людей, посещающих Владивосток и Находку.

Положение дел в отечественном сегменте этнокультурного туризма, как и в национальной и шире – глобальной турист-

ской сфере, за минувшие два года кардинальным образом изменилось. С началом пандемии COVID-19 существенно замедлились или даже прекратились некоторые из прежних планетарных и региональных трендов этнокультурного туризма. Новейшая радикальная трансформация рынка требует тщательного изучения, осложненного отсутствием непротиворечивой статистики. Тем не менее с наступлением пандемии своеобразие национальных и макрорегиональных туристских рынков проявилось более рельефно, чем прежде, обнажив противоречивость глобальных туристских тенденций. Резко возросло влияние институциональных факторов на ход, характер и динамику не только организованных, но и стихийных этнокультурных путешествий. Введение, полная отмена либо ослабление запретов на различные формы гостеприимства оказывают решающее воздействие на главные и второстепенные параметры этнокультурных путешествий.

Новейший этап выделяется рекордными показателями трансформации национального этнокультурного сектора. В России общее замедление темпов (в весенний сезон 2020 года – даже некоторое сокращение потоков внутренних и въездных туристов из-за угроз пандемии) привело к заметному увеличению доли дальних поездок в структуре организованных внутренних путешествий с этнокультурной мотивацией. Стрессовое состояние туристской отрасли не сопровождается консолидацией усилий между профессиональными организаторами этнокультурных путешествий из сопредельных регионов, попытками создания и продвижения панрегиональных этнокультурных брендов. В структуре пакетных и индивидуальных туров российских туроператоров по-прежнему сравнительно невелик удельный вес межрегионального продукта.

Трендом 2020 года стало резкое усиление тенденции к пространственной диверсификации прибытий иностранцев с культурно-познавательной и рекреационной мотивацией. Сходная ситуация отмечается также в отечественном секторе этнокультурных и комбинированных туров. На фоне привычного общего сокращения объема этнокультурных путешествий в некоторых регионах страны отмечен незначительный всплеск прибытий с этнокультурными целями. В частности,

плавное развитие внутреннего туризма в Республику Алтай (в 2018 году увеличение туристского потока составило всего лишь 3%) сменилось взрывным увеличением прибытий.

Обострившаяся с началом пандемии проблема низкой платежеспособности большинства жителей России оказывает сдерживающее влияние на динамику внутренних этнокультурных путешествий. В этой связи необходимо отметить положительное влияние Государственной программы туристического кешбэка в 2020 году на величину и характер внутренних этнокультурных путешествий [3]. Продолжение указанной программы поддержки отечественных туристов с середины июня вплоть до конца августа 2021 года, с большой долей вероятности, ощутимо скажется на этнокультурном сегменте рынка. Получить 20-процентную скидку можно на неограниченное количество поездок по стране, но максимальная сумма возврата потраченных денежных средств за одну поездку не превысит 20 тыс. рублей.

Согласно оценкам аналитиков, в 2021 году, как и в предыдущем году, самым стабильным сегментом отечественного этнокультурного туризма останется ниша премиального класса. Предположительно, сохранится тенденция последних нескольких лет к увеличению доли коротких и частых этнокультурных поездок. Ситуация на туристическом рынке, по оценке аналитиков АТОР, может развиваться по трем основным сценариям. В пессимистичном варианте вследствие низкой эффективности вакцинации, в первую очередь в странах-донорах ведущих потоков путешественников, ограничения на международный туризм сохраняются на уровне 2020 года.

Так или иначе, в настоящее время растет удельный вес самодеятельного туризма, тогда как организованный туризм укрепляет свои позиции в сегменте массового и премиального класса. Динамика прироста туристских потоков в премиальном классе будет выше, чем в массовых видах путешествий.

Литература и источники

1. Бутузов А.Г. Региональный аспект этнокультурного туризма в современной России: тенденции и перспективы развития // Тр. XII меж-

дунар. научно-практ. конф. «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования». М.: МГУ, Диалог культур, 2017. 520 с.

2. Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2016. 248 с.

3. В АТОР подвели туристические итоги 2020 года и рассказали о трех сценариях в 2021 году // Ассоциация туроператоров. URL: https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html

4. UNWTO насчитала в мире 1,5 млрд туристических поездок в 2019 году // Интерфакс Туризм. URL: https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/65670/

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

TOURISM CURRENT STATE AND PROSPECTS IN THE LIPETSK REGION

УДК 379.85 + 910 (082)

Т.М. Валькова, *доцент кафедры рекреационной географии и туризма, канд. геогр. наук, valkovatm@yandex.ru*
М.И. Жигарева, *студент 4-го курса бакалавриата, marzhig00@gmail.com*
А.А. Кокшарова, *студент 4-го курса бакалавриата, ankoksha@yandex.ru*
К.И. Косарев, *студент 3-го курса бакалавриата, mr.kirillkosarev@mail.ru*
Географический факультет Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

© Валькова Т.М., Жигарева М.И., Кокшарова А.А., К.И. Косарев, 2021

T.M. Valkova, *Associate Professor of Department of Recreational Geography and Tourism, PhD of Geographical Sciences, valkovatm@yandex.ru*
M.I. Zhigareva, *4th year student, marzhig00@gmail.com*
A.A. Koksharova, *4th year student, ankoksha@yandex.ru*
K.I. Kosarev, *3rd year student, mr.kirillkosarev@mail.ru*
Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: Липецкая область; внутренний туризм; SWOT-анализ; туристские ресурсы; событийный туризм.

Keywords: Lipetsk region; domestic tourism; SWOT-analysis; tourism resources; event tourism.

Дана характеристика туристских ресурсов и видов туризма в Липецкой области; проанализированы туроператорские компании и основные туристские продукты региона. Для решения поставленных задач в качестве оценки современного состояния туристского потенциала региона использовался метод SWOT-анализа, а также общенаучные и географические методы исследования: качественный метод исследования (включенное наблюдение), описательный, сравнительный и аналитико-статистический.

Проведенный анализ современного состояния туризма в Липецкой области выявил сильные и слабые стороны в развитии туризма в регионе, которые позволили сформулировать рекомендации по разработке узнаваемого и привлекательного территориального туристского продукта и совершенствованию уже существующего.

Обновлена проблематика развития туризма в Липецкой области. Результаты исследования вносят вклад в теорию и методологию изучения данного вопроса, систематизирует накопленный опыт с учетом современных тенденций и акцентируют внимание на практических рекомендациях по развитию и стратегическому планированию использования туристского потенциала региона.

The article identifies the characteristics of tourist resources and types of tourism of the Lipetsk region; analyzes of

tour operator companies and the main tourist products of the region. To solve the set tasks and as an assessment of the tourism current state and potential, the method of SWOT-analysis was used, as well as general scientific and geographical research methods: a qualitative research method (including observation), description, comparison, analytical and statistical methods.

The analysis of the current state of tourism in the Lipetsk region revealed the strengths and weaknesses of tourism in the Lipetsk region and formulate recommendations for the development of a recognizable and attractive territorial tourist product.

The author managed to update the problems of tourism in the Lipetsk region. The results of the study contribute to the theory and methodology of studying this issue, systematize the accumulated experience, taking into account current trends and focus on practical recommendations for the development and strategic planning of the region's tourism potential using.

Введение

Липецкая область как субъект Российской Федерации образована 6 января 1954 года. Регион расположен в центральной части европейской территории России на пересечении важнейших транспортных магистралей страны, в 500 км на юг от Москвы. Липецкая область граничит с Воронежской, Курской, Орловской, Тульской, Рязанской, Тамбовской областями. Территория области – 24,0 тыс. кв. км. Протяженность области: с севера на юг – 200 км, с запада на восток – 150 км. Общая протяженность границ – 900 км. Административный центр – город Липецк. Всего на территории области образованы два городских округа и 18 муниципальных районов, шесть городских и 286 сельских поселений.

Цель исследования – комплексное изучение туристского потенциала Липецкой области. Для достижения результатов исследования были поставлены следующие задачи:

- проанализировать туристские ресурсы и виды туризма;
- выполнить анализ туроператорских компаний;

- выделить основные туристские продукты;
- выявить объем туристских потоков по данным КСР;
- выявить сильные и слабые стороны в развитии туризма;
- дать рекомендации по развитию туризма в регионе.

Исследование проведено на основе полученных данных во время прохождения летней практики студентов кафедры рекреационной географии и туризма Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова. Основу проведенного анализа составляли результаты качественного метода исследования – включенного наблюдения, в ходе которого студенты являлись полноценными участниками изучаемых туристских маршрутов и потребителями предлагаемых туристских продуктов. Существенные дополнения в исследовании развития туризма в Липецкой области были получены в ходе экспертных интервью с представителями региональной туристской администрации, ТИЦа и сотрудниками предприятий размещения и объектов показа. В качестве оценки современного состояния и потенциала для развития туризма в Липецкой области использовался метод SWOT-анализа, позволяющий представить сильные и слабые стороны рассматриваемых туристских объектов, имеющиеся возможности и риски.

Туристские ресурсы и виды туризма, развитые в Липецкой области, объемы туристских потоков

Липецкая область обладает значительными туристскими ресурсами для развития туризма на территории. Природный потенциал обусловлен равнинным рельефом границы Среднерусской возвышенности и Окско-Донской низменности. Высокой туристской аттрактивностью обладает такой элемент рельефа, как Воргольские скалы. Климат на территории области привычен и комфортен жителям Центральной России – основным потребителям территориального туристского продукта: умеренно континентальный с четко выраженными сезонами. От смены сезонов зависят преобладающие виды туризма: зимой это, в основном, зимний активный спорт, а летом – купально-пляжный, экологический, сельский, событийный туризм. На данный момент самые популярные природ-

ные достопримечательности Липецкой области – парки «Кудыкина гора» и «Аргамач».

Липецкая область обладает большим количеством историко-культурных ресурсов. По данным официального портала администрации Липецкой области, на территории 502 дворца/дома культуры и клуба, 537 публичных библиотек, 23 музея, муниципальные и частные картинные галереи и выставочные залы, более 50 школьных, ведомственных, общественных и частных музеев, 38 музыкальных, художественных школ и школ искусств, два училища искусств, четыре профессиональных театра, три концертные организации, четыре самостоятельных парка культуры и отдыха, зоопарк. В настоящее время историко-культурные ресурсы не создают основной туристский поток в Липецкой области, так как они не могут конкурировать с так называемым туризмом «выходного дня», который обслуживают предприятия общественного питания и ночные развлекательные заведения. Многие историко-культурные объекты (в первую очередь, музеи) находятся в ненадлежащем состоянии и не способны к приему больших потоков туристов.

Липецкая область обладает относительно развитой туристской инфраструктурой. Современная железнодорожная сеть области имеет протяженность 757 км. По состоянию на 2020 год общая протяженность автомобильных дорог Липецкой области составила 16 563 км. Также в Липецкой области есть аэропорт, он располагается в 10 км от города. В 2015 году аэропорт Липецк получил статус международного, однако в настоящий момент регулярные полеты вне территории РФ из Липецка не осуществляются. В Липецкой области действует 131 средство коллективного размещения общей вместимостью 13,5 тыс. чел. Телекоммуникационная инфраструктура также развита достаточно хорошо: 75% домашних хозяйств Липецкой области подключены к сети Интернет.

Таким образом, Липецкая область обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, на территории ее районов возможно осуществление нескольких видов туризма: событийного, культурно-исторического, экологического, паломнического и др. (табл. 1).

Таблица 1

Виды туризма, развитые на территории Липецкой области, и туристские ресурсы, являющиеся их основой

Липецкая область	Липецк	Елец	Елецкий муниципальный район
Культурно-исторический: музей «Елецкий острог», памятник «Пушки», площадь Петра Великого, источник Тихона Задонского. **Событийный:** Александровский бал, фестиваль «Антоновские яблоки». **Паломнический:** Знаменский женский монастырь, Задонский Рождество-Богородицкий монастырь, Великокняжеская церковь с домом призрения. **Экологический:** парк «Кудыкина гора»	**Деловой:** Новолипецкий металлургический комбинат. **Культурно-исторический:** Краеведческий музей, Нижний парк. **Лечебно-оздоровительный:** санатории «Липецккурорт», «Прометей», «Сухоборье», «Парус»	**Культурно-познавательный:** Городской краеведческий музей, Литературно-мемориальный музей И.А. Бунина, музей «Елецкие кружева» и др. **Паломнический:** кафедральный собор Вознесения Господня, Великокняжеская церковь Михаила Тверского и Александра Невского. **Событийный:** международный фестиваль «Антоновские яблоки». Поездки выходного дня	**Сельский туризм (агротуризм):** археологический парк «Аргамач», экологический: заповедник «Галичья гора», включающий Воргольские скалы и Ольшанскую плотину. **Религиозный:** церковь Казанской иконы Божьей Матери (с. Талица), святой источник «Андреев колодец», церковь Покрова Пресвятой Богородицы (с. Паниковец) и др. **Патриотический:** военно-мемориальный комплекс «Знамя Победы». **Культурный:** историко-культурный центр «Русборг», фестивальная площадка «Казачья застава». **Событийный:** рок-фестиваль «Середина лета»

Среди перечисленных видов туризма наибольший вклад в экономику региона имеют культурно-исторический и событийный туризм. При этом в силу недостатка финансирования, которое отражается на состоянии памятников культурного наследия и инфраструктуре городов, наибольшее значение для развития региона приобретает событийный туризм, который служит реальным источником дохода. В Липецкой области проводится много крупных мероприятий, которые объединяют людей из разных регионов Российской Федерации и зарубежья, в регионе разработан Календарь событий, в котором отражены праздничные мероприятия на год [8]. На основе анализа Календаря событий за 2021 год можно выделить следующие группы мероприятий событийного туризма по тематическому признаку: тематические фестивали, фестивали народной культуры и творчества, гастрономические, литературные, музыкальные и театральные фестивали и фестивали военно-исторической реконструкции (табл. 2).

Таблица 2

Ежегодные мероприятия событийного туризма в Липецкой области (сост. по [8])

Тематика фестиваля	Название	Место проведения
Гастрономический фестиваль	VIII Ежегодный гастрономический фестиваль «Раненбургское застолье»	Чаплыгинский район, г. Чаплыгин
	Фестиваль гастрономических праздников «Вкусный город»	г. Липецк
Историческая реконструкция	Фестиваль военно-исторической реконструкции «Тербунский рубеж. Жаркое лето 1942 года»	Тербунский район, с. Озерки

Продолжение табл. 2

Тематика фестиваля	Название	Место проведения
Историческая реконструкция	Межрегиональный фестиваль исторической реконструкции «Елецкий набат»	г. Елец, район лыжной базы (52.643121, 38.512108)
	Фестиваль-погружение «Тайны усадьбы»	Чаплыгинский район, д. Рязанка, музей-усадьба П.П. Семенова-Тян-Шанского
	Межрегиональный фестиваль исторической реконструкции «Ладейное поле»	Елецкий район, историко-культурный парк «Русборг» близ п. Елецкий
Литературный фестиваль	Ежегодный областной пушкинский праздник	Добровский район, с. Кореневщино
Музыкальный фестиваль	Всероссийский фестиваль им. Т.Н. Хренникова	г. Елец
	«Не только джаз на пруду»	Задонский район, усадьба «Скорняково-Архангельское»
	Ландшафтная опера «Легенда о граде Ельце»	г. Елец, набережная р. Быстрая Сосна
	Этнографический праздник «Волченские узоры»	Добровский район, с. Волчье
	Музыкально-театральный фестиваль «Хоровод»	Задонский район, природный парк чудес «Кудыкина гора»
	Рок-фестиваль «Середина лета»	Елецкий район, с. Аргамач-Пальна
	Рок-фестиваль Fox Rock Fest	г. Липецк, о. Зеленый

Продолжение табл. 2

Тематика фестиваля	Название	Место проведения
Фестиваль народной культуры и творчества	Областной фестиваль национальных культур «В семье единой»	Елецкий район, с. Казаки
	Фестиваль славянской культуры «Купальские вечера»	Лебедянский район, берег р. Красивая Меча возле с. Второе Троекурово
	X Межрегиональный фестиваль народного творчества «Поет гармонь над Битюгом»	Добринский район, с. Талицкий Чамлык, поляна у р. Битюг (52.028050, 40.584863)
	Научно-просветительский пикник «Сапог Тамерлана»	Елецкий район, археологический парк «Аргамач»
	Межрегиональный фестиваль казачьей культуры «Казачья застава»	Елецкий район, с. Казаки, фестивальная площадка «Казачья застава»
	«Мусаткин двор»	Липецкий район, окраина села Сырское, луг у р. Воронеж (52.561477, 39.544130)
	Фестиваль этнокультуры «Липецкое городище»	г. Липецк, Нижний парк
	Фестиваль национальных культур, традиций и ремесел «В гостях у воеводы»	г. Усмань
	Казачий фестиваль народной культуры «Татарский вал»	Усманский район, берег р. Усманки в районе с. Песковатка-Боярская
	Фестиваль народного творчества «Яблочный край, ягодный рай»	г. Лебедянь

Окончание табл. 2

Тематика фестиваля	Название	Место проведения
Театральный фестиваль	Музыкально-театральный фестиваль «Хоровод»	Задонский район, природный парк чудес «Кудыкина гора»
Тематический фестиваль	Межрегиональный фестиваль «ХудожникФест»	г. Елец (Городской и Детский парки)
	Многожанровый фестиваль «Бродячие сказки»	Елецкий район, археологический парк «Аргамач»

До пандемии динамика мероприятий событийного туризма практически не изменялась. По объективным причинам и как следствие ограничительных мер по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции в 2020 году произошел спад событийного туризма. Однако в 2021 году планируется восстановить уровень событийных мероприятий, соответствующий ежегодному количеству мероприятий, проведенных до пандемии (рис. 1).

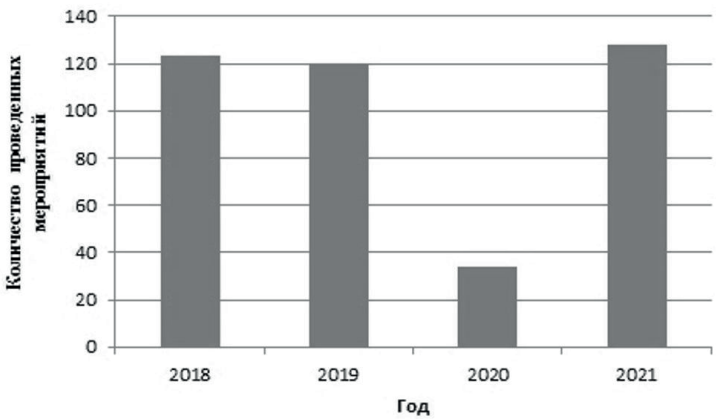


Рис. 1. Динамика событийных мероприятий в Липецкой области в 2018–2021 годах (прогноз)

Эту тенденцию можно обнаружить и при анализе объема экскурсионного туристского потока на территории региона (количества туристов и экскурсантов (рис. 2).

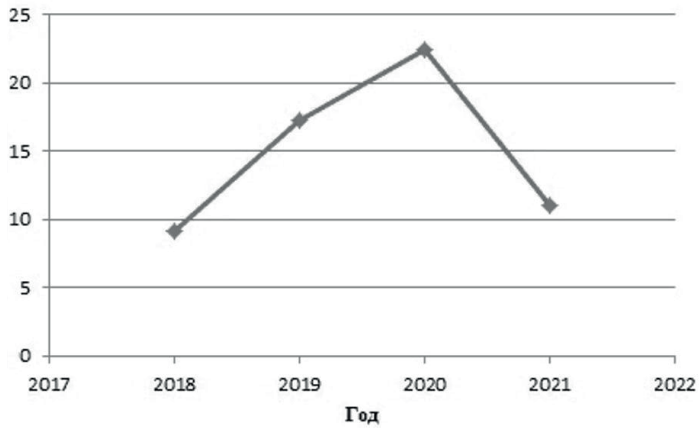


Рис. 2. Динамика количества туристов и экскурсантов на территории Липецкой области в 2018–2021 годах (прогноз)

Среди всех видов туризма событийный в настоящее время является самым молодым, но при этом наиболее привлекательным для туристов из-за создания уникальной атмосферы мероприятий, свободы для творчества организаторов. Важно отметить, что организованные мероприятия событийного туризма часто связаны с историческими событиями. Помимо привлечения дополнительных доходов, событийный туризм дает потенциал для сохранения и развития традиций, народных промыслов, которые, в свою очередь, могут привлекать туристов к культурно-историческим объектам.

Экскурсионные бюро и туроператорские компании Липецкой области

Экскурсионные бюро. Особенностью Липецкой области является отсутствие профильных экскурсионных бюро, все экскурсоводы – это музейные работники, сотрудники универ-

ситетов, отделов культуры, библиотек и др. В табл. 3 показано количество сотрудников, закрепленных за отдельными культурно-просветительскими учреждениями городов и муниципальных районов области. При этом некоторые экскурсоводы осуществляют свою деятельность по всей области без привязки к профильной специализации или туристическому объекту.

Таблица 3

Количество экскурсоводов Липецкой области в 2021 году (сост. по данным ОАУК «Центр развития культуры и туризма» Липецкой области)

Муниципальный район/город	Количество экскурсоводов
Липецк	5
Чаплыгинский	7
Становлянский	1
Усманский	1
Лебедянский	4
Задонский	3
Добровский	1
Данковский	1
Грязинский	1
Елец	5
Долгоруковский	1
Лев-Толстовский	2
Хлевенский	1
Измалковский	1
Елецкий	1

Туристская администрация Липецкой области самостоятельно ведет список экскурсоводов, действующих на ее территории, несмотря на то что на данный момент закон об обязательной аккредитации экскурсоводов в РФ дорабатывается [9]. Всего, по данным администрации, в Липецкой области насчитывается 35 экскурсоводов.

Основные туроператорские/турагентские компании. По данным Росстата, в 2019 году общее количество туристских фирм в Липецкой области составляло 98, из них 96 осуществляли турагентскую деятельность, а две компании совмещали туроператорскую и турагентскую деятельность [16]. Общее количество туроператоров в Липецкой области – пять. Данные компании занимаются внутренним туризмом (табл. 4).

Таблица 4

Туроператорские компании в Липецкой области в 2019 году (сост. по [3; 4; 5; 8])

Туроператор	Описание
«Липецктурист»	Туроператор по внутреннему туризму, присутствует на рынке Липецкой области более 25 лет, в том числе выполняет функции экскурсионного бюро: организует туристские программы и экскурсии в Москву, Сергиев Посад, Ярославль, Иваново, Кострому, Казань, Волгоград, Суздаль, Кострому, Задонск, Тулу, Сочи, Адлер, Абхазию
«Липецкие рейсы»	Туроператор по внутреннему туризму. Основное направление – г. Москва. В летний период – юг Российской Федерации
«Комитет»	Туроператор по внутреннему туризму, занимается организацией туристских программ на территории Липецкой области

Окончание табл. 4

Туроператор	Описание
Областное автономное учреждение организации отдыха и оздоровления детей «Центр развития детского отдыха»	Туроператор по внутреннему туризму. Основные партнеры: ЛГПУ, «Ростелеком», AIESEC, LTAG.RU и др. Сотрудничает с государственными структурами, которые осуществляют поддержку центра (администрация Липецкой области, Липецкий областной совет депутатов, Главное управление МЧС России, Управление МВД по Липецкой области и др.). Сотрудничает с пятью детскими лагерями: «Березка», «Елочка», «Чайка», «Лукоморье», «Олимп»
«Вавилово»	Туроператор по внутреннему туризму

Деятельность туристских агентств Липецкой области в 2019 году была направлена на реализацию турпакетов по другим странам (5775 из 8438), и лишь 32% турпакетов были реализованы по Российской Федерации (рис. 3).

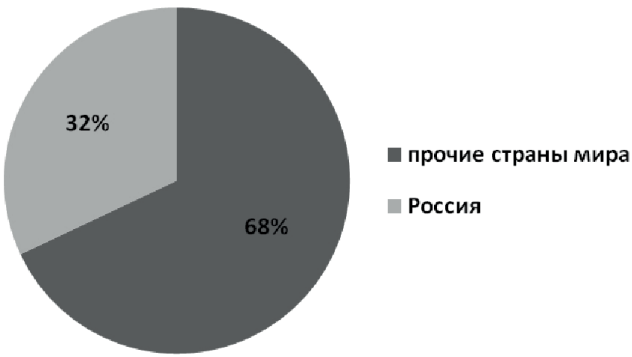


Рис. 3. Структура реализованных турпакетов туристскими агентствами Липецкой области в 2019 году

Таким образом, деятельность туристских компаний направлена на организацию как выездного, так и внутреннего туризма. В свою очередь, выездной туризм характеризуется большим спросом у жителей Липецкой области: большинство жителей Липецкой области предпочитало выбирать отдых за рубежом (14 441), и только 7719 липчан в 2019 году путешествовали по России (рис. 4) [18].

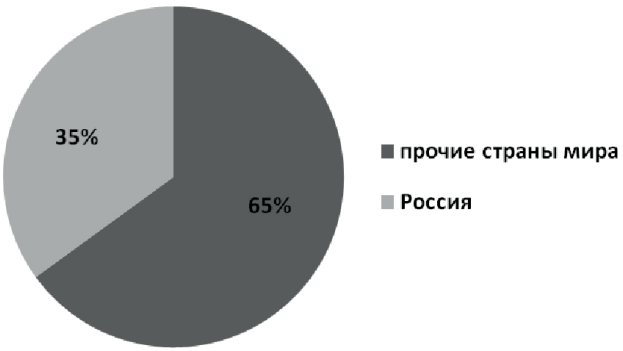


Рис. 4. Структура предпочтений направлений отдыха липчан (по географическом признаку) в 2019 году

Основные туристские продукты Липецкой области

Основные туристские продукты Липецкой области, предлагаемые региональными туроператорами, можно разбить на следующие группы: однодневные экскурсии, программы выходного дня (не более 2–3 дней) и продолжительные туристские программы (от четырех дней до двух недель). Большую часть программ составляют региональные и ориентированные на детскую аудиторию – школьников средних и старших классов (табл. 5).

Таблица 5

Примеры туристских продуктов по Липецкой области (сост. по [16])

Название	Вид турпродукта (продолжительность, целевая аудитория, стоимость)	Объекты туристского показа на маршруте	Примечание
Петр и Александр: окно в Европу и ссылка в Сибирь	Однодневная экскурсия. Региональная программа. 10 ч. Дети (10–16 лет). 2500 руб./чел.	Свято-Успенский мужской монастырь, Липецкий областной краеведческий музей, музей НЛМК, Центр Романовской игрушки, Чаплыгинский краеведческий музей	В стоимость программы входят: обед, трансфер, экскурсионное обслуживание
Куклы, кружево и мудрый филин	Программы выходного дня. Региональная программа. 2 дня / 1 ночь. Дети (9–17 лет). 9000 руб./чел.	Липецкий областной краеведческий музей, Липецкий государственный театр кукол, музей И.А. Бунина, музей Н.Н. Жукова, музей фабрики НХП «Елецкие кружева»	В стоимость программы входят: трехразовое питание, трансфер, экскурсионное обслуживание

Продолжение табл. 5

Название	Вид турпродукта (продолжительность, целевая аудитория, стоимость)	Объекты туристского показа на маршруте	Примечание
Последний герой: пять счастливых дней на Липецкой земле	Программы выходного дня. Региональная программа. 5 дней / 4 ночи. Дети (9–17 лет). 23 500 руб./чел.	Нижний парк, НЛМК, фабрика НХП «Елецкие кружева», сапоговаляльная фабрика, мастерская-верфь строительства лодок военно-исторического клуба «Копье», археологический парк «Аргамач», музей Липецкого авиацентра, усадьба «Скорняково-Архангельское», музей ретротехники «Автолегенда», Рождество-Богородицкий мужской монастырь, заповедник «Галичья Гора», природный парк чудес «Кудыкина гора», мемориальный музей памяти Л.Н. Толстого «Астапово», природный парк «Олений»	В стоимость программы входят: трехразовое питание, трансфер, экскурсионное обслуживание
Ночь, улица, фонарь, аптекарь Ульрих	Программы выходного дня. Региональная программа. 3 дня / 2 ночи. Дети (10–17 лет). 13 000 руб./чел.	Липецкий областной краеведческий музей, музей ретротехники «Автолегенда», мемориальный музей памяти Л.Н. Толстого «Астапово», Центр развития народных промыслов и краеведения, музей купеческого быта, музейный комплекс «Дом Ульриха», отдел гончарного промысла, Рождество-Богородицкий мужской монастырь, музей И.А. Бунина	В стоимость программы входят: трехразовое питание, трансфер, экскурсионное обслуживание

Продолжение табл. 5

Название	Вид турпродукта (продолжительность, целевая аудитория, стоимость)	Объекты туристского показа на маршруте	Примечание
Калейдоскоп приключений	Программы выходного дня. Региональная программа. 2 дня / 1 ночь. Дети (7–16 лет). 9000 руб./чел.	Экскурсия по историческому центру Липецка, Отдел гончарного промысла, музейный комплекс «Дом Ульриха», природный парк чудес «Кудыкина гора», музей ретротехники «Автолегенда», Центр романовской игрушки	В стоимость программы входят: двухразовое питание, трансфер, экскурсионное обслуживание
Тербунский рубеж	Однодневная экскурсия. Региональная программа. 14 ч. Взрослые. 2000 руб./чел.	Фестиваль военно-исторической реконструкции «Тербунский рубеж. Жаркое лето 1942 года», молитвенный дом при храме Архангела Михаила	В стоимость программы входят: трансфер, экскурсионное обслуживание

Окончание табл. 5

Название	Вид турпродукта (продолжительность, целевая аудитория, стоимость)	Объекты туристского показа на маршруте	Примечание
Тайны усадьбы	Однодневная экскурсия. Региональная программа. 14 ч. Взрослые. 1400 руб./чел.	Усадьба Буниных-Кропоткиных, фестиваль «Тайны усадьбы» в музее-усадьбе П.П. Семенова-Тян-Шанского, экскурсия по г. Чаплыгину, Петропавловский епархиальный мужской монастырь (Раненбургская пустынь)	В стоимость программы входят: трансфер, экскурсионное обслуживание
Эко-маршрут	Однодневная экскурсия. Региональная программа. 13 ч. Дети и взрослые. 2500 руб./чел.	Храм в селе Вешаловка, природный парк «Олений», 100-метровый пешеходный подвесной мост между селами Волотово и Черепянь через р. Дон, Кураповские скалы	В стоимость программы входят: трансфер, обед в парке, экскурсионная программа, входные билеты

Анализ туристского потенциала Липецкой области на основе SWOT-анализа

Таким образом, проанализировав состояние туризма в Липецкой области, можно выделить следующие сильные/слабые стороны региона.

На развитие туризма в Липецкой области влияют следующие факторы, которые можно обозначить как *сильные стороны (S)*:

1. Выгодное географическое положение (федеральная автомобильная дорога М-4 «Дон», международный аэропорт в г. Липецк).

2. Наличие ресурсов для развития сразу нескольких видов туризма: культурно-исторического, экологического, паломнического, лечебного.

3. Наличие специальных площадок для проведения событийных мероприятий (территория археологического парка «Аргамач», фестивальная площадка «Казачья застава», территория историко-культурного парка «Русборг», природный парк чудес «Кудыкина гора»).

4. Наличие регионального Календаря событий [8] .

5. Наличие туристских кластеров, среди которых туристско-рекреационный кластер «Елец», автотуристский кластер «Задонщина» и др.

6. Возможности для развития рынка туристских программ выходного дня.

7. Наличие ОЭЗ ППТ «Липецк», что позволяет развивать, внедрять и производить новые высококачественные продукты мирового уровня в области медицины, энергетики, био- и наноматериалов, автокомпонентов, и это повышает привлекательность области, что потенциально может способствовать развитию делового туризма.

8. Наличие проработанной нормативно-правовой базы, регламентирующей развитие туризма в регионе [11].

9. Наличие программ развития туризма в регионе: государственная программа «Развитие культуры и туризма в Липецкой области», «Стратегия социально-экономического развития Липецкой области на период до 2024 года» [11; 17].

Вместе с тем статистика посещения Липецкой области свидетельствует о том, что росту туристского потока в регио-

не препятствует ряд проблем, и при развитии туристского потенциала следует учитывать некоторые особенности, составляющие *слабые стороны (W)* региона:

1. Несоответствие региональной туристской инфраструктуры требованиям современного рынка или запросам современного потребителя (низкое качество дорог, высокий уровень износа транспортной инфраструктуры, сложность организации групповых пакетных программ в области из-за отсутствия комфортабельных туристских автобусов, предприятий питания, способных обслужить большие группы, и недостаточная номерная емкость объектов размещения).

2. Недостаточность государственных и частных инвестиционных вложений в инфраструктуру туризма.

3. Недостаточное продвижение народных художественных ремесел.

4. Ограниченное количество маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение региона.

5. Плохое состояние многих памятников культурно-исторического наследия.

6. Недостаток объектов питания и развлечений.

7. Неэффективное взаимодействие органов власти.

8. Барьеры при открытии МСП (отсутствие упрощенной схемы создания МСП, объединений предпринимателей; затрудненный доступ к кредитным ресурсам МСП; недобросовестная конкуренция) [2].

9. Ограниченное количество инвестиций.

10. Отсутствие узнаваемости и привлекательности образа региона в РФ и за рубежом.

11. Отсутствие качественной отраслевой статистики, обеспечивающей информационную и управленческую поддержку развития туризма.

Для минимизации слабых сторон и максимально эффективного использования благоприятных факторов необходимо обратить внимание на *возможности (O)*, которые могут дать региону преимущества на внутреннем и внешнем рынках:

1. Создание новых туристских продуктов для привлечения туристов [2].

2. Разработка концепции комплексного бренда региона.

3. Продвижение брендов «Елецкие кружева», «Романовская игрушка» и «Юрьевская игрушка» на отечественном и зарубежном рынках, на международных, всероссийских, межрегиональных туристских выставках и форумах.

4. Реализация концепции кластерной политики.

5. Включение объектов, расположенных на территории области, в новые межрегиональные маршруты.

6. Повышение привлекательности области у туристов с помощью событийных мероприятий [8].

7. Внедрение дополнительных мер поддержки туристских предприятий и компаний на этапе развития [2].

8. Ведение единой системы (реестра) аккредитованных экскурсоводов на территории области [9].

При этом важно учитывать факторы, которые потенциально могут ухудшить положение региона с точки зрения туристической привлекательности. Так, в настоящее время можно выделить следующие *угрозы (Т)*, которые могут потенциально затруднить развитие туризма в Липецкой области:

1. Возможность утраты объектов показа в связи с естественным разрушением памятников культурно-исторического наследия.

2. Закрытие предприятий народно-художественных промыслов вследствие отсутствия передачи опыта мастеров молодым специалистам, потеря интереса к традиционным видам промысла, износ оборудования на производствах.

3. Повышение конкуренции со стороны других регионов, эффективно использующих туристско-рекреационный потенциал территорий, внедряющих мероприятия по его продвижению [2].

Рекомендации по развитию туризма в Липецкой области

Исходя из проведенного анализа туристского потенциала Липецкой области, можно предложить следующие шаги по развитию туризма в регионе:

Повышение эффективности реализации мероприятий, заложенных в региональные программные документы, регламентирующие туристскую деятельность в регионе.

Совершенствование системы продвижения бренда региона, разработка/внедрение новых брендов.

Создание гастрономического бренда и/или тематически оформленного кафе с соответствующим названием (например, «В гостях у Бунина»; «Уголек Горыныча»).

Развитие сервисной деятельности музеев – повышение эффективности работы с туристами: обновление текстов экскурсий с учетом интересов целевой аудитории, разработка нескольких вариантов экскурсионного продукта для разных целевых аудиторий, внедрение интерактивных программ, которые способствуют вовлечению туристов в освоение культурно-исторического материала и получению новых практических навыков на мастер-классах и интерактивных играх (квестах).

Оснащение музеев и других туристских объектов необходимыми объектами инфраструктуры в целях повышения уровня комфортного пребывания посетителей (кондиционеры, туалеты, питьевая вода, продажа сувениров, услуга вызова такси).

Литература и источники

1. Большунова Т.В. Использование событийного туризма для развития туристского потенциала Липецкой области // Материалы XV Междунар. научно-практ. конф. / под общ. ред. Е.В. Кулагиной. 2018. С. 144–151.

2. Владимирова С.В. Проблема развития малого предпринимательства (на примере Липецкой области) // Гуманитарные науки. Экономика. 2008. С. 174–178.

3. Волков В.Г. Перспективы развития туризма в Липецкой области. 2015.

4. Гриднев А.О. Тенденции развития событийного туризма в Липецкой области // Школа молодых ученых по проблемам гуманитарных наук: сб. тр. конф. 2020.

5. Единый Федеральный реестр туроператоров // Федеральное агентство по туризму. URL: https://tourism.gov.ru/operators/?PAGEN_1=35&mode=40&size_support=30000000

6. Иванова Р.М., Полякова И.Е., Скроботова О.В. Возможности и пути развития и продвижения туристского потенциала Липецкой области // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. С. 216–219.

7. Иванова Р.М., Скроботова О.В. Структура туристско-рекреационной системы Липецкой области с учетом факторов влияния кластерного развития туризма // Московский экономический журнал. 2020. № 3. С. 374–383.

8. Календарь событий Липецкой области на 2020 год. URL: https://liptur.ru/ru/events/?SHOWALL_1=1

9. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников: федер. закон от 20.04.2021 № 93-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_382527/

10. О внесении сведений в Единый федеральный реестр туроператоров и выдаче свидетельства: приказ Ростуризма от 14.12.2020 № 473-ПР-20. URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_371463/2525b07ba4ef160a6296ce579f5a844e48f3f62e/

11. Об утверждении государственной программы Липецкой области «Развитие культуры и туризма в Липецкой области»: постановление администрации Липецкой области от 12.11.2013 № 535. URL: https://docs.cntd.ru/document/872621830

12. Об утверждении плана по импортозамещению Липецкой области: распоряжение от 12.07.2016 № 331-р. URL: https://docs.cntd.ru/document/438983253

13. Официальный сайт компании «Бюро путешествий Липецтурист». URL: https://www.lipetsktourist.ru/

14. Официальный сайт компании «Туроператор “Магазин путешествий”». URL: https://magput.ru/?viewprog=13608

15. Официальный сайт компании «Туроператор “Русь”». URL: https://www.rtoperator.ru/avtobusnye-tury/lipeck/v-zelyonyh-verhovyah-tihogo-dona/

16. Статистика Федерального агентства по туризму. URL: https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislennost-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-razmeshchennykh-v-kollektivnykh-sredstvakh-razmeshcheniya/

17. Стратегия социально-экономического развития Липецкой области на период до 2024 года: закон Липецкой области от 25.12.2006 № 10-ОЗ. URL: https://docs.cntd.ru/document/872606764

18. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Липецкой области. URL: https://lipstat.gks.ru/

ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЕНОГО» ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ МИОРСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

NATURAL POTENTIAL AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF GREEN TOURISM (ON THE EXAMPLE OF THE MIORSKY REGION OF THE REPUBLIC OF BELARUS)

УДК 379.8

Н.В. Гагина, *заведующая кафедрой географической экологии Факультета географии и геоинформатики Белорусского государственного университета, канд. геогр. наук, доцент, nata-gagina@yandex.ru г. Минск, Республика Беларусь*

N.V. Hahina, *Head of the Department of Geoecology, Belarusian State University, Faculty of Geography and Geoinformatics, PhD, Associate Professor, nata-gagina@yandex.ru Minsk, Belarus*

Ключевые слова: агроэкотуризм; природный потенциал; туристическая услуга; устойчивое развитие; Миорский район.

Keywords: agroecotourism; natural potential; tourism services; sustainable development; Miory district.

Рассмотрен природный потенциал Миорского района Республики Беларусь как фактор развития туризма. Дан анализ развития туристических услуг на базе природных объектов района. Выявлены основные проблемы в развитии агроэкотуризма на базе природного потенциала района и предложены некоторые направления активизации его развития.

© Гагина Н.В., 2021

The natural potential of the Miory region of the Republic of Belarus is considered as a factor in the development of tourism. The analysis of the development of tourist services based on natural objects of the region is given. The main problems in the development of agroecotourism on the basis of the natural potential of the region are identified and some directions for enhancing its development are proposed.

Одной из тенденций развития туризма в Республике Беларусь является активизация развития его форм на базе устойчивого использования природного потенциала регионов. При этом современная ситуация, в том числе связанная с ограничительными мерами в связи с распространением COVID-19, в ближайшей перспективе требует разработки разнообразных туристических услуг, ориентированных на внутренний рынок. Сегодня наиболее привлекательными видами «зеленого» туризма в Республике Беларусь являются экотуризм на особо охраняемых природных территориях и отдых с элементами агроэкотуризма на агроусадьбах.

На государственном уровне в последнее десятилетие уделяется значительное внимание развитию экотуризма. В национальный план действий по сохранению и устойчивому использованию биологического разнообразия на 2016–2020 годы включены разработка и обустройство экологических троп и «зеленых» маршрутов в границах национальных парков, ландшафтных и биологических заказников.

В стране активно развивается и отдых на агроусадьбах, которые представляют базовые услуги по проживанию и ряд дополнительных, связанных в том числе с использованием природного потенциала окружающих ландшафтов.

На районном уровне развитие «зеленого» туризма позиционируется как одно из важных направлений устойчивого развития территорий с использованием при оказании туристических услуг местных ресурсов, развитием ремесленничества и малого предпринимательства, созданием инициативных групп местного сообщества по поддержке туризма, привлечением внимания к вопросам экологического просвещения.

Проблемы и перспективы развития «зеленого» туризма с опорой на природный потенциал рассмотрены на примере

Миорского района Республики Беларусь, который является одним из первых в стране, где активно реализованы разнообразные инициативы в области «зеленого» туризма. Свой путь устойчивого развития местные сообщества Мирского района начали с 2002 года, за почти 20 лет было реализовано более 10 проектов, в которых особое внимание уделялось развитию туризма с опорой на устойчивое использование местных ресурсов.

Район отличается высоким природным потенциалом, характерным для Балтийских Поозерий, а опыт его устойчивого использования может быть востребован и в пределах других территорий. Миорский район расположен на северо-западе Республики Беларусь, около 17% территории района приходятся на болота, 27% занимают леса, преимущественно еловые, сосновые и смешанные. В районе более 200 озер, а его северная граница проходит по крупной реке – Западной Двине.

В границах района встречаются холмисто-моренно-озерные ландшафты, где холмистый рельеф в сочетании с озерами придает особую пейзажную выразительность территории и привлекателен для велотуризма и рекреации. Вдоль долин рек Западной Двины и Дисны широкой полосой простираются плоские и плосковолнистые ландшафты Полоцкой озерно-ледниковой низины, представляющие собой дно древнего приледникового озера. Монотонность рельефа и значительная сельскохозяйственная освоенность требуют здесь при разработке туристических маршрутов уделять внимание локальным природным объектам, многие из которых являются геологическими памятниками природы, например, валунам, отдельно стоящим камам, озовым грядам.

Отличительной особенностью района является наличие в его границах крупных болотных массивов верхового типа. Озерно-болотные ландшафты имеют особую природоохранную значимость, поэтому развитие экологического туризма во многом связано с рекреационным потенциалом болот. В границах озерно-болотных ландшафтов района созданы заказники республиканского значения «Ельня», «Болото Мох», «Жада».

Заказник «Ельня» организован для охраны одного из крупнейших в Европе массивов верховых и частично переходных болот с грядово-мочажинными и грядово-озерковыми ком-

плексами, озерами. Открытые болота занимают около 60% площади заказника. В границах заказника в Красную книгу Республики Беларусь включены 15 видов растений, восемь видов насекомых, один вид млекопитающих, 20 видов птиц. На болоте обитают белая куропатка и чернозобая гагара, тысячи серых журавлей используют этот природный комплекс как важный перевалочный пункт на своем миграционном пути. Наблюдение за журавлями в течение длительного периода – важнейший экотуристический ресурс района. Заказник имеет большое значение для сохранения и восстановления естественных плантаций клюквы.

Заказник «Болото Мох» также представляет собой крупное верховое болото с минеральными островами, мочажинами, озерами. Открытые болота занимают 60% территории заказника, в Красную книгу Республики Беларусь включены два вида растений.

В заказнике «Жада» шесть видов растений и восемь видов наземных позвоночных животных включены в Красную книгу Республики Беларусь [1].

Заказники «Ельня» и «Болото Мох» включены в «Изумрудную сеть» Совета Европы. Международная значимость заказника «Ельня» для поддержания биоразнообразия подтверждается его статусами Рамсарского угодья, территории, важной для птиц, ключевой ботанической территории. Часть территории заказника «Болото Мох» также имеет статус территории, важной для птиц («Тикины острова»).

Значительный рекреационный потенциал района связан с водными ресурсами. Западная Двина является одной из больших рек, относящихся к бассейну Балтийского моря. В границах страны ее протяженность составляет 338 км, района – 80 км, средняя ширина реки – 100–300 м. На всем протяжении река судоходна. В границах района расположена одна из наиболее крупных озерных групп страны – Обстерновская, которая включает 13 озер общей площадью 32 кв. км [2]. Озера имеют рыбопромысловое значение и активно используются для рекреации и туризма.

Район обладает ресурсами растительного и животного мира для ведения лесохозяйственной деятельности, охоты, заготовки лекарственного сырья, ягод.

Разнообразие и величина природного потенциала Миорского района являются значимым ресурсом для активного развития разнообразных форм экологического туризма в районе, к наиболее перспективным среди которых относятся болотинг, наблюдение за птицами, туры ботанические и по истории природы, ландшафтные экскурсии и велотуры.

Каждая из форм экологического туризма имеет свои организационные особенности, требует развития методического обеспечения, подготовки квалифицированных гидов, создания современной туристической инфраструктуры.

Например, потенциал развития такой формы экотуризма, как наблюдение за птицами, значителен, но особенности его реализации заключаются в том, что массовое вовлечение туристов возможно только в наблюдение за журавлями и дикими гусями. Вместе с тем для привлечения туристов-бердвотчеров потенциал района ограничен, так как наиболее интересный вид (белая куропатка) относится к трудно показываемым, более благоприятные условия сложились для организации наблюдения за тетеревиными токами.

В Миорском районе разработан ряд экологических маршрутов, тематической основой которых являются объекты природного наследия.

Большую популярность имеет экскурсия на экологическую тропу «Озеравки-Ельня» заказника «Ельня». Протяженность пешего маршрута составляет 5 км, продолжительность – 3 часа. Для проведения экскурсии создана «зеленая» туристическая инфраструктура. Оборудована площадка для отдыха на входе на экотропу, а сама тропа имеет настил протяженностью 1,5 км, наблюдательную вышку, на каждой станции наблюдения есть место для отдыха и информационные стенды, посвященные вопросам истории формирования болотного комплекса, его биологическому разнообразию.

Строительство новых наблюдательных вышек, настила от парковки к существующей экотропе протяженностью более 2 км, обустройство двух мест для кемпинга позволит увеличить количество туристов и охватить маломобильную группу населения. Обустройство двух мест для кемпингов с необходимым оборудованием для кострищ, столами для пикника, туалетами, мусорными контейнерами позволит соблюдать

правовой режим заказника и даст возможность туристам оставаться на более длительный срок. Экскурсия вне экологической тропы протяженностью 6 км проводится в сопровождении сотрудников заказника на болотоступах к озеру Курганистое. Продолжительность экскурсии – 4 часа. Эта экскурсия востребована как разновидность экстремального туризма.

Ряд экскурсий связан с показом местообитаний отдельных видов объектов растительного и животного мира. Например, экологическая экскурсия «Страна облачной ягоды» посвящена показу мест произрастания морошки приземистой, внесенной в Красную книгу Республики Беларусь. Экскурсия проводится на территории заказника «Болото Мох» (протяженность маршрута – 8 км, продолжительность – 5 часов). Организована на территории данного заказника и энтомологическая экскурсия (протяженность маршрута – 6 км, продолжительность – 5 часов).

Сезонный экологический тур на тетеревиный ток организован Дисненским лесхозом. Маршрут проходит по болоту заказника «Жада», его главной особенностью является то, что передвижение туристов осуществляется на специальном болотоходе. Для желающих понаблюдать и сфотографировать птиц оборудовано место засидки. С целью минимизации антропогенной нагрузки на болотные экосистемы местное сообщество предложило разработать пеший вариант маршрута на болотоступах.

С августа по октябрь в районе организовано наблюдение за журавлями, протяженность маршрутов до площадок наблюдения составляет до 40 км, продолжительность экскурсии – 3 часа.

Также туристам предлагаются сезонные осенние экскурсии «Журавли и журавіны (клюква)» (протяженность – 30–95 км, продолжительность – 1 день) с автобусным и автобусно-пешим способами передвижения. Программа таких туров включает обзорную экскурсию по г. Миоры или г. Дисна, посещение визит-центра заказника «Ельня», посещение экологической тропы заказника, экологического праздника по наблюдению за журавлями, экскурсию на ферму по разведению благородного оленя.

Вся информация об организации экологических маршрутов размещается на официальных сайтах Миорского райисполкома, заказника «Ельня», Дисненского лесхоза.

Местное сообщество активно участвует в разработке экологических маршрутов в рамках тех возможностей, которые им предоставлены, в первую очередь как агроусадьбам, в оказании туристических услуг. Проектом международной технической помощи «Вместе для сообщества и природы: упрочение процесса развития в Миорском районе через партнерство местной власти и гражданского общества» поддержана инициатива «Создание эколого-культурного велосипедного туристического маршрута по территории Миорского района». Организатором веломаршрута является агроусадьба «Журавлиная Ельня» совместно с учреждением образования в агрогородке Чепуки. Маршрут промаркирован и оборудован беседкой, велопарковками, станциями зарядки электровелосипедов и ремонта велосипедов.

К перспективным направлениям развития экологических маршрутов района местное сообщество относит организацию экскурсий с осмотром местных достопримечательностей. Например, разработана экскурсия в окрестностях болота «Жада», которая включает осмотр каменного креста в д. Овечки, передвижение по проложенной тропе к озеру Стречно, знакомство с животным и растительным миром болота.

В Миорском районе постепенно развивается оказание туристических услуг на агроусадьбах. Анализ проведен для 60 агроусадеб, которые разместили информацию о своих услугах на сайте Миорского райисполкома. Базовые услуги размещения оказывают 100% усадеб, питания – 96%, предоставление бани – 54%. Положительным моментом является активизация позиционирования экотуристических услуг, например, 57% усадеб предлагают услуги, созданные на базе природного-ресурсного потенциала озер, 18% усадеб – на базе природного-ресурсного потенциала рек, 29% усадеб – на базе болот, 4% усадеб – родников.

Наиболее популярным является предоставление агроусадьбами разнообразных услуг отдыха на воде (купание, катание на лодках, катерах, катамаранах, рыбалка) на таких крупных

водных объектах, как озера Орце, Обстерно, Нобисто, Укля, Идолта, Язно, реках Западная Двина и Вята.

Среди агроусадеб 50% указывают, что имеется возможность посещения природных достопримечательностей района. Природный потенциал болотных массивов заказников «Ельня», «Болото Мох», «Жада» является основой для оказания таких туристических услуг, как посещение болот, сбор ягод.

В большинстве агроэкоусадеб предлагают услуги прогулок в лес для сбора грибов, ягод, ряд агроусадеб (32%) предлагают организовать велопрогулки. Единично встречается предложение катания на лошадях.

Основой активного развития экотуризма в Миорском районе может стать наблюдение за птицами. На современном этапе развития этого вида экотуризма агроусадьбы недостаточно используют свой потенциал. О возможности наблюдения за журавлями указано в перечне услуг только 3% агроусадеб.

Для устойчивого развития экологического туризма на агроусадьбах необходимо не только развивать базовые услуги питания, проживания, рекреации, но и разрабатывать и продвигать специфические экотуристические услуги, связанные с наблюдением за журавлями, сбором клюквы, посещением визит-центра заказника «Ельня», оборудованных экотроп, разработанных экомаршрутов, посещением экофестиваля района по наблюдению за журавлями. Хозяевам агроусадеб следует активнее использовать в своей деятельности информирование об уже разработанных популярных туристических маршрутах Миорского района, также необходимо повышать уровень экологической грамотности в области оказания экотуристических услуг путем организации в очном или дистанционном формате школы «гидов в природу», семинаров и программ по краеведению и организации «зеленых» маршрутов.

Литература и источники

1. Юргенсон Н.А., Шушкова Е.В., Шляхтич Е.А. и др. Особо охраняемые природные территории Беларуси: справочник. Минск: БелИСА, 2012. 204 с.

2. Озера Белоруссии / О.Ф. Якушко, И.А. Мысливец, А.Н. Рачесвский. Минск: Ураджай, 1988. 216 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ УКРАИНЫ

RECREATION POTENTIAL OF TOURISM DESTINATIONS IN UKRAINE

УДК 338.48:911.3

А.В. Гладкий, *академик Национальной академии туризма Российской Федерации, д-р геогр. наук, профессор, Alexander.gladkey@gmail.com г. Киев, Украина*

A.V. Gladkey, *Academician of the National Academy of Tourism of Russian Federation, Doctor of Science (Geography), Professor, Alexander.gladkey@gmail.com Kiev, Ukraine*

Ключевые слова: рекреационный потенциал; туристическая дестинация; туристические потоки; SWOT-анализ; конкурентные преимущества; Украина.

Keywords: recreational potential; tourist destination; tourist flows; SWOT analysis; competitive advantages; Ukraine.

Рассмотрены особенности рекреационного потенциала отдельных туристических дестинаций Украины. Раскрыто текущее состояние рынка туристических услуг. Определены региональные пропорции количественных показателей туристов, обслуженных туроператорами и турагентами Украины. Исследованы территориальные аспекты лицензирования субъектов туроператорской деятельности. Для основательного исследования конкурентных позиций туристических дестинаций Украины проведен их SWOT-анализ. Определены конкретные преимущества туристических дестинаций Украины.

The features of the recreational potential of different tourist destinations in Ukraine are considered. The current situation

© Гладкий А.В., 2021

on tourist services market is disclosed. The regional proportions of quantitative indicators of tourists served by tour operators and travel agents in Ukraine are determined. The territorial aspects of licensing process among different subjects of tour operator activity are investigated. The SWOT analysis made for a thorough investigations of competitive positions of different tourist destinations in Ukraine, is proposed. The specific advantages of tourist destinations development in Ukraine are identified.

Текущее состояние рынка туристических услуг Украины находится в прямой зависимости от целого ряда трансформационных процессов в экономике и общественной жизни государства, а также определяется ходом тех социально-экономических и политических реформ, которые осуществляются на разных уровнях ее управленческой системы. Украина относится к тем странам, где туризм как активный способ проведения досуга поощряется государством, пропагандируется и стимулируется путем глубокой социализации и диверсификации туристических услуг, а потому воспринимается большинством населения как составляющая их образа жизни. Улучшение уровня сервиса и качества жизни населения вводит туризм в потребительскую общественную модель, особенно городского населения, стимулируя спрос и формируя рынок туристических услуг. Рассматривая проблему совершенствования развития украинского туризма, считаем, что именно региональная туристическая конкурентоспособность является неотъемлемой составляющей процесса развития и совершенствования туристической отрасли в целом по стране.

Украина чрезвычайно богата туристическими дестинациями и рекреационными ресурсами. Однако на сегодняшний день ее рынок туристических услуг недостаточно развит, что значительно ограничивает полноценное использование туристического потенциала. И хотя официальная статистика свидетельствует о некотором росте количества туристических потоков за последние несколько лет (исключая годы пандемии коронавирусной инфекции COVID-19), качество обслуживания в туристическом секторе остается на низком уровне. Стоит отметить, что тенденции интенсификации туристиче-

ских потоков напрямую коррелируют с цикличным характером развития украинской экономики. На них также чувствительно влияют различные политические кризисы, а также экономическая нестабильность макрофинансовых показателей. Так, в 2009 году наблюдалось существенное снижение туристических потоков, связанное с мировым финансовым кризисом (количество туристов уменьшилось на 24,7% по сравнению с 2008 годом). В 2011 году положительная динамика начала восстанавливаться, и в 2013 количество туристов достигло 3,5 млн человек.

Стоит отметить также, что начиная с 2010 года существенный рост количества туристов на Украине стал следствием восстановления экономики после кризиса, а также роста внимания органов государственной власти к позиционированию Украины на международном рынке труда. Следующее падение количества туристов, обслуживаемых туроператорами и турагентами, пришлось на 2014–2015 годы. Данный период ознаменовался обострением конфликта на юго-востоке Украины, а также углублением политического противостояния. Несмотря на то что конфликт на юго-востоке Украины существенно затянулся, туристический рынок продолжал расти, о чем свидетельствует динамика туристических потоков в 2016–2018 годах. В 2018 году показатель количества туристов достиг исторического максимума начиная с 2000 года (почти 4,6 млн человек). Однако стремительный рост заболеваемости коронавирусной инфекцией COVID-19, а также введенный правительством ряд существенных карантинных ограничений привели к резкому снижению количества туристов, обслуживаемых туроператорами и турагентами в 2019–2021 годах. Их число упало, по разным подсчетам, на 75–80%.

В региональном измерении наибольшее количество туристов, обслуженных туроператорами и турагентами, приходится на Львовскую, Одесскую, Ивано-Франковскую области. Второе место занимают Днепропетровская, Запорожская, Харьковская и Киевская области. А минимальное количество туристов, обслуженных туроператорами и турагентами, характерно для Полтавской и Черниговской областей.

Согласно Лицензионному реестру субъектов туроператорской деятельности Министерства экономического развития и торговли Украины, по состоянию на 1 января 2019 года было выдано 2737 лицензий предприятиям, осуществляющим туристическую деятельность. Среди них по видам туризма [1; 2] выделяют лицензии на осуществление туризма:

- внутреннего, въездного и выездного (2262 лицензии);
- внутреннего и въездного (391 лицензия);
- выездного и въездного (9 лицензий);
- выездного и внутреннего (6 лицензий);
- внутреннего (4 лицензии);
- выездного (57 лицензий);
- въездного (8 лицензий).

Анализируя распределение субъектов туристической деятельности в региональном разрезе, заметим, что на первом месте по их количеству находится г. Киев (856 субъектов). На втором месте – г. Львов и Львовская область (142 субъекта). Одесская область на третьем месте (135 субъектов), далее следуют Днепропетровская (119) и Харьковская (83) области. Как видим, данные показатели свидетельствуют о высокой концентрированности туристической отрасли, о ее сосредоточении в пределах крупных городских агломераций и, как следствие, о недостаточном уровне развитости туристической инфраструктуры на неагломерированных территориях, что является одной из проблем развития данной отрасли. Потенциальный спрос на туристический продукт не может быть обеспечен в полной мере за пределами крупных городов из-за недостаточного количества субъектов, предоставляющих туристические услуги.

Для основательного исследования конкурентных позиций туристических дестинаций Украины целесообразно провести SWOT-анализ [4]. Выбор данной методики объясняется тем, что стратегии развития туристической отрасли основываются на проведении анализа внутренней и внешней среды, оценке общего социально-экономического состояния территории и имеющегося туристического потенциала. Заметим, что действенная стратегия создает возможности для приумножения внутреннего потенциала туристической отрасли и позволяет укрепить положение отрасли на межрегиональном, нацио-

нальном и международном туристическом рынках за счет использования различных возможностей. Обобщенные результаты SWOT-анализа представлены в таблице.

Таблица

Результаты SWOT-анализа конкурентных преимуществ туристических дестинаций Украины (систематизировано авторами по [3])

Сильные стороны (внутренние)	Слабые стороны (внутренние)
1. Уникальное историческое и культурное наследие национального и международного значения. 2. Наличие потенциально брендовых объектов и продуктов. 3. Экономически развитые туристические рекреационные регионы. 4. Наличие значительных рекреационных ресурсов. 5. Выгодное транспортно-логистическое расположение (автодороги и железнодорожные пути международного значения). 6. Наличие уникальных объектов и территорий заповедного фонда. 7. Специфическое пространственное планирование туристических зон, сочетание урбанизированной застройки с рекреационными ресурсами. 8. Достаточные энергетические, промышленные, строительные мощности. 9. Высокий уровень концентрации человеческого капитала, наличие научной и студенческой молодежи	1. Низкое качество коммерческих и отдельных муниципальных услуг (транспортных, торговых, развлекательных). 2. Проблемы с благоустройством туристических зон, высокая «естественная» засоренность и запущенность отдельных территорий. 3. Значительная техногенная нагрузка на окружающую среду. 4. Низкое качество и недостаточный ассортимент туристических услуг. 5. Низкая активность малого и среднего бизнеса в туристическом секторе. 6. Низкий уровень кооперации, партнерских отношений, кластеризации сферы услуг. 7. Низкий уровень традиций системного управления процессами стратегического развития туристической сферы, проектного менеджмента. 8. Отсутствие эффективной организационной структуры управления развитием туризма, нехватка профессиональных кадров в системе управления

Окончание табл.

Возможности (внешние)	Угрозы (внешние)
1. Доступность современных информационных технологий и их дальнейшее развитие. 2. Увеличение спроса на туристические продукты на внутреннем рынке (организованный и неорганизованный туризм). 3. Формирование потенциально высокого спроса на туристические услуги в крупных областных центрах и других населенных пунктах с общей численностью более 10 млн чел. 4. Наличие транзитного туристического потока. 5. Дальнейшее развитие партнерских отношений с рядом европейских и средиземноморских держав. 6. Развитие государственно-частного партнерства. 7. Заинтересованность проектами развития туризма со стороны молодежных общественных организаций, студентов. 8. Заинтересованность историко-культурным наследием со стороны украинской диаспоры и зарубежных представителей других национальных меньшинств, проживающих на Украине. 9. Наличие альтернативных источников финансирования проектов (фонды поддержки местного самоуправления, проекты международной технической помощи). 10. Горизонтальное сотрудничество с другими странами в регионе	1. Неудовлетворительное состояние транспортной инфраструктуры страны, низкое качество услуг по перевозке. 2. Дефицит бюджета, недостаточное финансирование целого ряда региональных туристических проектов. 3. Конкуренция со стороны других стран региона, которые имеют подобные рекреационные ресурсы. 4. Сложная экологическая ситуация. 5. Снижение эффективности государственного управления туристической отраслью в целом. 6. Углубление макроэкономических кризисных явлений на национальном и мировом рынках. 7. Отсутствие поддержки инициатив власти в сфере развития туризма со стороны бизнеса и общественности. 8. Информационная закрытость власти и общества. 9. Снижение покупательной способности потребителей и снижение спроса на туристические услуги. 10. Негативное влияние карантинных ограничений, вызванных распространением коронавирусной инфекции COVID-19, на показатели посещаемости туристических дестинаций Украины и развитие международных туристических поездок

Итак, качественные и количественные результаты SWOT-анализа свидетельствуют об определенном превалировании слабых сторон развития туристических дестинаций Украины над сильными сторонами, а также о преимуществе внешних возможностей перед угрозами. Такое соотношение факторов в SWOT-модели является основанием для избрания специфической стратегии развития туристических дестинаций Украины с акцентом на более эффективное использование имеющихся историко-культурных, природных, производственных, интеллектуальных и социальных ресурсных возможностей на основе широкого партнерства, привлечения и объединения потенциала различных заинтересованных сторон.

Результаты оценки слабых сторон и внешних угроз указывают на целесообразность реализации проектов диверсификации деятельности производственной и социальной сферы с опорой на сильные стороны модели с учетом экологических ограничений и проблем, сдерживающих развитие туристических дестинаций. Особое внимание при реализации Стратегии развития туризма и других целевых программ должно уделяться вопросам сбалансированного развития территории туристических дестинаций в экологической, социальной и экономической сферах.

В итоге стоит отметить, что конкурентными преимуществами туристических дестинаций Украины являются следующие:

1. Наличие уникального культурно-исторического наследия, имеющего в том числе и общемировое значение.

2. Наличие общеизвестных, в том числе в пределах страны и за рубежом, потенциально брендовых объектов и культурно-исторических ивентов.

3. Выгодное транспортно-логистическое расположение, высокие показатели транспортной доступности туристических дестинаций.

4. Значительный транзитный туристический поток, потенциал которого сегодня практически не используется из-за существенных карантинных ограничений.

5. Наличие большого числа дополнительных историко-культурных и туристическо-рекреационных ресурсов.

6. Значительный потенциал для развития нескольких направлений и форм туризма с разносторонней тематикой для различных категорий потребителей.

7. Исторически сложившаяся мультикультурность (полиэтничность), наличие культурных и деловых связей со многими регионами и странами мира.

8. Достаточный уровень развития экономики в целом, а также существенный человеческий и ресурсный потенциал.

Таким образом, проведенный анализ показал, что туристические дестинации Украины имеют достаточно преимуществ и возможностей развития, однако существует множество проблем, сдерживающих их интенсивное развитие. Стоит также отметить, что утвержденная ранее программа комплексного развития туристических дестинаций Украины требует поиска конкретных механизмов реализации, в которой необходимо четко определить первоочередные задачи и прописать ответственных за их выполнение. При формировании такой стратегии необходимо учесть мнение общественных организаций, молодежи, представителей бизнеса, а также осуществить опрос туристов, посещающих украинские туристические дестинации, как внутри страны, так и за ее пределами.

Литература и источники

1. Бондаренко М.П. Позиціонування України на міжнародному туристичному ринку // Економічний часопис – XXI. 2018. № 1–2. С. 47–50.

2. В'їзний туризм: навч. посіб.: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.

3. Колотило А. Характеристика комплексного туристичного продукту. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kolotylo.htm

4. Перфілова О. Є. Проблематика та особливості впровадження SWOT-аналізу в практику стратегічного управління вітчизняних підприємств. URL: http://vlp.com.ua/files/13_27.pdf

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ТЮМЕНСКИХ ТЕРМАЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ

AESTHETIC ASSESSMENT OF THE TYUMEN THERMAL SPRINGS

УДК 911.9

М.В. Гудковских, *доцент кафедры физической географии и экологии, канд. геогр. наук, aconcagya@yandex.ru*
К.А. Сулейманова, *студент 4-го курса направления «География», sulejmanova_kamilla@mail.ru*
Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

M.V. Gudkovskikh, *Senior Lecturer of Department of Physical Geography and Ecology, PhD in Geographical Sciences, aconcagya@yandex.ru*
K.A. Suleimanova, *Fourth year Student of Geography, sulejmanova_kamilla@mail.ru*
Tyumen State University, Tyumen, Russia

Ключевые слова: термальные источники; горячие источники; эстетические свойства; туризм; Тюменская область.

Keywords: thermal springs; hot springs; aesthetic properties; tourism; Tyumen region.

Представлена методика ландшафтно-эстетической оценки территории термальных источников города Тюмени и Тюменского района. В качестве объектов исследования были выбраны восемь баз отдыха, где по двум ключевым точкам проводилась оценка эстетических свойств. Результатом исследования стало ранжирование баз отдыха по эстетической ценности и выявление закономерностей в их благоустройстве.

The article presents the methodology of landscape and aesthetic assessment of the territory of the thermal springs of the city of Tyumen and the Tyumen district, 8 recreation

© Гудковских М.В., Сулейманова К.А., 2021

centers were selected as objects of research, where aesthetic properties were evaluated according to 2 key points. As a result, we received a ranking of recreation centers by aesthetic value and identification of features in their landscaping of the territory.

Тюменская область в 2020 году после визита руководителя Ростуризма З.В. Догузовой была признана термальной столицей России. В настоящий момент на территории области располагаются 32 функционирующих скважины (всего 73 скважины), из которых добывается термальная йодо-бромная хлоридо-натриевая минеральная вода, на базе которых функционируют санатории и базы отдыха. В связи с повышенным вниманием и активным развитием лечебно-оздоровительного туризма в регионе стоит задача изучить ландшафтно-эстетические свойства территории термальных источников. Посещение термальных источников является приоритетной целью туристов, посещающих регион, в связи с этим исследование их эстетических качеств носит актуальный характер, фактически внешний облик влияет на итоговое впечатление о регионе.

Подземные воды Тюменской области возникли в результате серии трансгрессий моря в мезозойское и кайнозойское время (170–30 млн лет назад), в глинистых осадках были погребены морские высокоминерализованные воды хлоридно-натриевого состава. Подземные воды являются термальными, т.е. в устье скважины их температура превышает 20°С. Большая часть источников имеет температуру воды 35–42°С. Глубина залегания водоносных комплексов – 700–1850 м [1]. Ценные в бальнеологическом плане химические компоненты подземных вод (I, B, Br, Co, Mg) оказывают лечебный эффект. По концентрации и сочетанию бальнеологически активных компонентов подземные воды региона относятся к хлоридной, хлоридно-сульфатной и хлоридно-сульфатно-гидрокарбонатной группам и применяются при лечении сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата, желудочно-кишечного тракта, неврологических и других заболеваний.

Методические основы комплексной оценки эстетических ресурсов ландшафтов в полной мере разработаны для различных территорий [2–7]. Однако стоит заметить, что объектом исследования чаще выступают именно природные комплексы,

слабо затронутые антропогенной деятельностью. В свою очередь, термальные источники приурочены к селитебным ландшафтам, что требует внимательного отношения к оценке антропогенных элементов.

Для эстетической оценки территории термальных источников Тюменского района и города Тюмени применялись 9 оценочных показателей (табл. 1). Стандартным критерием выступает *точка пейзажного обзора*, где важен угол открывающейся перспективы.

Таблица 1

Шкала оценки пейзажно-эстетической ценности

Оценочные показатели эстетической привлекательности		Баллы
Точки пейзажного обзора	Узкий обзор	0
	Секторный обзор	1
	Панорамный и круговой обзор	2
Дальность обзора	Менее 500 м	0
	500–1000 м	1
	Более 1000 м	2
Тип пейзажа	Городской	0
	Луговой	1
	Лесной, лесо-луговой, лесо-речной, лесо-озерный	2
Антропогенное воздействие	Нарушенный ландшафт	0
	Условно измененный ландшафт	1
	Рационально преобразованный ландшафт	2
Наличие доминанты	Отсутствует	0
	1	1
	2–3	2

Окончание табл. 1

Оценочные показатели эстетической привлекательности		Баллы
Наличие доминанты	Отсутствует	0
	1	1
	2–3	2
Цветовая гамма пейзажа	Черный, серый, коричневый, палевый	0
	Голубой, зеленый	1
	Голубой, зеленый с контрастными проявлениями (оптически дополнительные цвета) – желтым, белым, оранжевым, красным	2
Цвет воды в бассейне	Ржавый	0
	Ржаво-голубой	1
	Голубой	2
Планировка территории	Четкая граница в виде забора	0
	Заметный и эстетичный	1
	Плавный переход	2
Природные спецэффекты	Можно увидеть закат, гало / нельзя	1 / 0

Дальность обзора или глубина пейзажной перспективы. Ценность пейзажа в большой степени зависит от глубины открывающейся из видовой точки перспективы, т.е. обширности обозреваемого пространства и дальности вида.

Тип или характер пейзажа – комплексный показатель, отражающий физиономические характеристики пейзажного комплекса. Всего выделено три типа пейзажей с баллами от 0 до 2. Два балла получают пейзажи лесной, лесо-луговой, лесо-речной и лесо-озерный, так как наличие леса значительно повышает аттрактивные свойства. В ноль баллов оценивался городской пейзаж, так как на ключевом участке исследования элементы городской застройки не несли позитивной роли.

Антропогенное воздействие в случае территории термальных источников выступает важным критерием, где сохранение высокой степени естественности ландшафта должно служить приоритетной задачей при благоустройстве территории.

Доминанта в пейзаже – это наиболее выразительный элемент, который максимально приковывает внимание наблюдателя. Доминанта может выражаться размерами и формой, насыщенностью цвета или особенностью расположения. По происхождению может быть природным или антропогенным объектом, но нести положительный эффект.

Цветовая гамма несет психофизическое воздействие, особенно значим общий цветовой фон пейзажа.

Цвет воды в бассейне – наиболее спорный показатель, поскольку голубой оттенок воды однозначно эстетически более значим, при этом целебные примеси, дающие ржавый цвет, свидетельствуют о насыщенности воды химическими элементами.

Планировка территории (сохранность пейзажа) показывает гармоничность благоустройства территории, сочетание элементов городского и природного ландшафта. Каждый изучаемый участок представляет собой элементы селитебной застройки и естественные компоненты. Четкая граница в виде забора снижает эстетические качества вида из бассейна. Забор закрывает элементы природного ландшафта, которые могли бы существенно увеличить общий эстетический эффект. Заметный и эстетичный переход подразумевает наличие озелененного или прозрачного ограждения, которое не вызывает негативных впечатлений. Плавный переход подразумевает отсутствие забора и иных уродующих объектов в поле видимости зоны бассейна.

Природные спецэффекты – дополнительный бонус в перцепции пейзажа, которым может выступать возможность увидеть восход и закат солнца, луну, гало, что существенно обогащает эмоциональные впечатления от пребывания. При этом возможность наблюдать природные явления обеспечивается открытостью территории.

В качестве объекта исследования были выбраны восемь ключевых участков, являющиеся базами отдыха в пределах

города Тюмени и Тюменского района. Объяснить выборку только восемью базами отдыха можно доступностью посещения, где по сравнению с санаториями не требуется обязательная ночевка, санаторно-курортные карты и иные справки. В каждой базе отдыха был оценен пейзаж с двух ключевых точек, с которых открывался разный вид, итоговый балл ставился по среднему арифметическому.

В табл. 2 приведена шкала ранжирования интегральных балльных оценок по рангам эстетической ценности.

Таблица 2

Шкала ранжирования интегральных балльных оценок по рангам эстетической ценности

Ранг ценности	Оценка эстетической ценности	Баллы
I	Наиболее ценные пейзажи	13–17
II	Высокоценные пейзажи	8–12
III	Пейзажи средней ценности	4–7
IV	Малоценные пейзажи	0–3

Максимальный балл в предложенной методике оценки эстетических свойств территории баз отдыха с термальными источниками составляет 17.

В результате оценки пейзажно-эстетической ценности ландшафтов по выбранным критериям были получены суммарные баллы, на основе которых каждому объекту был присвоен ранг ценности. Наибольшую эстетическую ценность имеет термальный источник «Аван» (табл. 3) благодаря открытому виду и отсутствию заграждающих объектов, высокой степени озеленения. Важно отметить, что среди всех изученных источников нет высшего ранга ценности, все ключевые участки входят во II и III ранги, что говорит о закономерностях в благоустройстве территории.

Таблица 3

Интегральная оценка территорий термальных источников

Термальный источник	Баллы	Ранг
Аван	12,5	II
Верхний Бор	12	II
Волна	11,5	II
Тайга	11	II
Сосновый Бор	10,5	II
Советский	8	II
ЛетоЛето	6	III
Тюменский	5	III

Наименьшую ценность получил термальный источник «Тюменский» Он отличается неудачной планировкой территории: высокий красный забор, располагающийся по периметру, закрывает весь вид за пределами забора и выглядит угнетающе. В совокупности с ржавым цветом воды дает минимальные баллы.

В целом, если обратить внимание на все критерии оценки, то можно констатировать, что точка пейзажного обзора во всех случаях оценивается в 2 балла, так как с нее открывается широкий вид на территорию. Дальность обзора практически на всех пейзажах небольшая, так как заборы мешают просмотру на дальнее расстояние, лишь в «Аване» дальность обзора увеличивается благодаря отсутствию забора. Практически на всех участках присутствует растительность, что делает место эстетически привлекательнее, особенно богатым видом отличаются «Аван» и «Верхний Бор». Скудный характер растительности и даже ее отсутствие наблюдаются на источниках «ЛетоЛето» и «Тюменский». Практически все источники обладают рационально преобразованным ландшафтом, так как не отмечается откровенно нарушенных объектов в зоне ви-

димости. Доминанта выделяется на некоторых источниках, а на источнике «Верхний Бор» их даже несколько. Цветовая гамма пейзажей довольно разнообразная на всех источниках, не имеется таких источников, которые получили бы 0 баллов. Наиболее очищенной водой кристально-голубого цвета обладает источник «Верхний Бор», вода рыжего цвета встречается у нескольких источников, но самая темная – в «Сосновом Бору». Если говорить о спецэффектах, то их можно увидеть с любого пейзажа. Самой оптимальной является планировка источника «Аван», так как компоненты природы и антропогенные объекты смотрятся вполне гармонично, а также наблюдается плавный переход, открывающий вид на природу, находящуюся за пределами территории источника. На территории остальных источников присутствуют заборы, некоторые из которых хоть и не сильно портят вид, но выступают лимитирующим элементом в процессе синестезии пейзажа.

Главная особенность благоустройства территорий тюменских источников – обязательное возведение забора, часто им закрывается красивый вид на водоем. Можно утверждать, что предприниматели не придают эстетическим свойствам территории значимую роль. Если забор необходим для защиты от техногенных объектов, ветра, или он построен с какой-либо другой целью и его снос невозможен, то его озеленение может улучшить ситуацию. Более того, можно сделать прозрачные заборы, которые, с одной стороны, не мешают любоваться видом, а с другой – обеспечивают безопасность.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Тюменской области в рамках научного проекта № 20-45-720014 «Комплексная оценка туристско-рекреационных ресурсов Тюменской области и территориальное планирование индустрии туризма».

Литература и источники

1. Павленко О.Л. Подземные минеральные лечебные воды юга Тюменской области: дис. … канд. геолого-минерал. наук. Тюмень, 2012. 128 с.

2. Дирин Д.А. Пейзажно-эстетические ресурсы Усть-Коксинского района Республики Алтай и их рекреационное использование: монография. Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2007. 206 с.

3. Постников Д.А. Ландшафтный подход как основа оценки территории Уральского Прикамья для организации активного туризма: автореф. … дис. канд. геогр. наук. Пермь, 2000.

4. Кочуров Б.И., Бучацкая Н.В. Оценка эстетического потенциала ландшафтов // Юг России: экология, развитие. 2007. Т. 2. № 4. С. 25–33.

5. Фролова М.Ю. Оценка эстетических достоинств природных ландшафтов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5 «География». 1994. № 2.

6. Фролова И.В., Якимова Л.В. Оценка эстетической привлекательности береговых геосистем водохранилищ // Географический вестник. 2016. № 1 (36). С. 36–48.

7. Эрингис К.И., Будрюнас А.Р. Сущность и методика детального эколого-эстетического исследования пейзажей // Экология и эстетика ландшафта. Вильнюс, 1975. 251 с.

ДЕСТИНАЦИИ И ПОТОКИ ЭКОТУРИСТОВ В АВСТРАЛИИ

DESTINATIONS AND FLOWS OF ECOTOURISTS IN AUSTRALIA

УДК 911.9:502(93/96)

А.А. Дорофеев, *доцент Тверского государственного университета, канд. геогр. наук, доцент, adgeograf@mail.ru г. Тверь, Россия*

A.A. Dorofeev, *Associate Professor of Tver State University, PhD, Associate Professor, adgeograf@mail.ru Tver, Russia*

© Дорофеев А.А., 2021

Ключевые слова: экологический туризм; национальный парк; Австралия; поток экотуристов; сеть ООПТ.

Keywords: ecological tourism; national park; Australia; tourist flow; EPNT nets.

Рассмотрена структура сети ООПТ Австралии. На основе современных данных анализируется динамика туристских прибытий в национальные парки этой страны.

The article considers the structure of EPNT nets in Australia. Dynamics of tourist arrivals in national parks of this country is analyzed.

Одним из показателей развития туризма является величина потока туристов и экскурсантов, прибывающих в те или иные дестинации. Наблюдается большое количество прибытий – туризм развивается успешно, нет туристов или их поток незначительный – следует задуматься о факторах, мешающих его развитию. В равной мере это относится как к туристской сфере в целом, так и к отдельным видам туризма, например к экологическому. В настоящем сообщении мы попытались предоставить некоторую информацию о структуре особо охраняемых территорий Австралийского Союза и о потоках туристов в национальные парки «зеленого континента».

При этом под экологическим туризмом понимался «вид путешествий, совершаемых индивидуально либо небольшими группами под руководством специально подготовленных проводников по маршрутам, проложенным в пределах ООПТ, среди охраняемых природных ландшафтов, в ходе которых туристы знакомятся с уникальными объектами, явлениями и обитателями природы с целью отдыха, экологического воспитания и природоохранного образования» [1]. Соответственно, «экологическими» считались туристы, совершившие путешествие в пределах какой-либо особо охраняемой природной территории (ООПТ).

Информации об экологическом туризме в Австралии в российских публикациях и в русскоязычном секторе Интернета немного, и она весьма противоречива и бессистемна. Распространено мнение, что в этой стране созданы идеальные

условия для экологического туризма, для чего используются тысячи особо охраняемых природных территорий, которые прекрасно обустроены необходимой инфраструктурой, обеспечены надлежащей охраной и профессиональными проводниками. Еще в июле 2009 года газета «Природно-ресурсные ведомости» опубликовала сведения, что в Австралии 2537 ООПТ. При этом не обсуждаются ни уровень, ни вид ООПТ. Впоследствии эта информация распространилась среди российских исследователей. В некоторых источниках упоминаются 500 тыс. человек, занятых в сфере экологического туризма. При этом приводится очень небольшая сумма доходов от экологического туризма, составляющая в доковидные времена от 59 до 89 млн долларов США. Одним из немногих примеров подобных исследований является статья Ю.В. Фарафоновой «Экологический туризм в Австралии» [2].

Данные о потоках экологических туристов в Австралии скудны. В некоторых публикациях мелькает ничем не обоснованная цифра 60 млн человек. Есть сведения (без ссылки на конкретный официальный источник), что в 2016–2017 годах число посетителей всех ООПТ составляло 42,3 млн человек в год, а в 2018–2019 годах оно увеличилось до 49,6 млн. При этом непонятно – указанные величины характеризуют двухлетний период или приводятся данные с 1 марта по 28 февраля следующего года?

Встречаются описания некоторых национальных парков и обрывочная информация об их посещаемости. Иногда, учитывая невысокий, в сравнении с Евразией, историко-культурный потенциал удаленного континента, приходится читать, что практически все иностранные туристы, прибывающие в Австралию, едут ради ее природных красот, т.е. априори являются экологическими туристами.

Однако радужное представление об экотуризме в Австралии правомерно лишь отчасти. Как и в других странах, здесь ведутся дискуссии о том, насколько австралийские парки соответствуют международной практике и самому статусу «национальный парк». Возникает соперничество между государственными структурами и органами управления отдельных штатов в связи с принадлежностью и эксплуатацией тех или иных ООПТ. Проблемой стали учет и охрана природных объ-

ектов, являющихся культовыми памятниками аборигенной культуры. Не разработан комплексный (смешанный) критерий природной красоты, биоразнообразия, уникальности, научной значимости и популярности у туристов, с помощью которого можно было бы ранжировать ООПТ, в том числе относить их к категории «национальный парк». Особое положение занимают широко распространенные только в Австралии морские заповедники.

Указанные обстоятельства создают сложности для точной оценки количества ООПТ разного уровня и вида. Имеет значение даже такой лингвистический нюанс как перевод слова state, которое в английском языке может означать и государство, и штат. Не каждый помнит, что в англоязычных странах, административно поделенных на штаты, каковой является Австралийский Союз, слово “stat” используется только по отношению к штату. Поэтому словосочетание state national park означает «национальный парк штата», например Квинсленда.

В настоящей публикации мы попытались систематизировать некоторую информацию о дестинациях и о потоках экологических туристов в Австралии, воспользовавшись данными, предоставленными коллегой, постоянно проживающей в Мельбурне. Также использованы сведения официального сайта Министерства сельского хозяйства, вод и окружающей среды Австралии (Department of Agriculture, Water and the Environment, Australian Government) и российской Википедии [3; 4].

В настоящее время в Австралии всего шесть национальных парков, которые управляются непосредственно государством и, соответственно, имеют статус (уровень) государственных. Эти дестинации и некоторые данные о них приведены в табл. 1.

Два государственных национальных парка – «Какаду» и «Улуру Ката Юта» – находятся в пределах Северной территории, на большом удалении от главных городов Австралийского Союза. Национальный парк «Будери» расположен на юго-западном побережье Австралии в штате Новый Южный Уэльс, недалеко от столичного города Канберра. Еще три национальных парка находятся на удаленных от материка островах. Это НП острова Рождества и НП «Пулу Килинг»

в Индийском океане, а также Национальный парк острова Норфолк в Тихом океане.

Таблица 1

Национальные парки Австралии, управляемые государством (государственные национальные парки)

Название парка	Площадь парка, кв. км	Год образования
Booderee National Park	63,79	1992
Kakadu Nationl Park	19809,95	1979 (1965)
Uluru-Kata Tjuta National Park	1325,66	1977 (1958)
Christmas Island National Park	87,19	1980
Norfolk Island National Park and Botanic Garden	6,36	1986 (1984)
Pulu Keeling National Park	2,60	1955

Динамика экологических туристов в шести государственных национальных парках Австралии (прибытий в год)

На рисунке показана динамика суммарного количества посетителей государственных национальных парков Австралии за 2013–2017 годы. Как видно, все шесть этих парков не являются исключительно популярными. Их годовая посещаемость в сумме колеблется около цифры 1,3 млн человек. Вероятно, это связано с географическим расположением этих парков на удаленных островах и в глубине малозаселенного континента.

Кроме этого, под эгидой государственного Министерства сельского хозяйства, вод и окружающей среды находится ботанический сад (Australian National Botanic Garden), расположенный в Канберре, и 58 морских заповедников в окружающих Австралию акваториях.

Конечно, в Австралии имеется несколько десятков ООПТ, являющихся национальными парками штатов, которые полностью соответствуют критериям государственного уровня, в том числе Большой Барьерный риф, Снежные горы, Крейдл-Маунтин, Великая океанская дорога, Голубые горы, побережье Кимберли, Коронг, тропический лес Дейнтри, река Фицджеральд и др.

Однако подавляющее большинство особо охраняемых природных территорий находятся под управлением шести штатов, а также двух территорий (особый вариант административного деления). Примерно десятая часть (10,3%) из них имеет статус национального парка штата (табл. 2). Как правило, это самые интересные в природном отношении места с уникальными объектами или обитателями, а также с хорошо обустроенной туристской инфраструктурой и автомобильными подъездами. Таких дестинаций 681. Именно эти почти семь сотен объектов являются основной территориальной базой (дестинациями) экологического туризма на «зеленом континенте».

В нашем распоряжении имеются следующие данные о количестве экологических туристов, посещавших ООПТ Австралии. С марта 2017-го по март 2018 года все национальные парки штатов посетили с ночевками 11,5 млн человек. Вероятно, именно этих людей с уверенностью можно назвать экотуристами. Еще 11,9 млн человек побывали в национальных парках штатов без ночевок, т.е. в классическом понимании

совершили экскурсию в национальный парк. Таким образом, более 23 млн человек воспользовались услугами ООПТ. При этом отмечается, что поток посетителей в течение трех лет в среднем рос на 8%. Из числа туристов, побывавших в национальных парках штатов, 3,7 млн составили иностранные гости. Прибытие иностранцев из разных стран традиционно для Австралии в последние годы: Китай – 13%, США – 12%, Япония – 9%.

Таблица 2

Распределение особо охраняемых природных территорий по штатам Австралии

Штат / территория Австралии	Всего ООПТ различного типа	Из них имеющие статус национального парка штата
Квинсленд	472	237
Новый Южный Уэльс	776	235
Западная Австралия	1224	101
Виктория	2850	45
Южная Австралия	359	19
Тасмания	823	19
Северная территория	86	24
Австралийская столичная территория	43	1
Всего	6633	681

Территориально экологические туристы преобладали в восточной части континента, в его наиболее заселенной части. Три четверти всех посещений приходится на три штата: Новый Южный Уэльс (32%), Виктория (23%) и Квинсленд (21%). Только четверть (24%) экологических туристов путешествовали по другим территориям и штатам.

В докладе Tourism Research Australia, подготовленном марте 2018 года, приводятся интересные социологические сведения о посетителях особо охраняемых природных территорий. Среди туристов, посещающих государственные национальные парки и парки штатов с ночевкой, немного преобладают женщины (52%). Большинство людей прибывают в национальные парки во время отпуска с рекреационными целями (67%). Почти четверть путешественников (24%) приезжают на территорию парка с гостевыми целями – для встречи с родственниками или друзьями. 5% посетителей во время посещения парков решают проблемы бизнеса, выполняют свои рабочие задачи, в том числе научные.

Наконец, данные о численности групп, совершающих визит в национальный парк, хорошо иллюстрируют приведенное в начале статьи определение экологического туризма. Только треть посетителей (33%) путешествует по парку в составе организованных групп. В то же время 13% туристов предпочитают путешествовать индивидуально. 26% людей осматривают природные достопримечательности парами, а 28% – в составе своей семьи.

Представленные сведения не претендуют на истину в последней инстанции, однако могут с успехом использоваться в других исследованиях или в учебном процессе при подготовке специалистов по туризму и экологии.

Литература и источники

1. Дорофеев А.А. Экотуристские дестинации и их посещаемость в странах-лидерах экологического туризма // Туризм и региональное развитие. 2021. № 1 (2). С. 3–14.

2. Фарафонова Ю.В. Экологический туризм в Австралии // Новое слово в науке: гипотезы и апробация результатов. Новосибирск, 2016. С. 13–17.

3. Department of Agriculture, Water and the Environment, Australian Government. URL: http://www.environment.gov.au/

4. Охраняемые территории Австралии. URL: https://ru.abcdef.wiki/wiki/Protected_areas_of_Australia

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ЕВРОПЕЙСКОМ СЕВЕРЕ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ И МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)

TRENDS AND PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE EUROPEAN NORTH OF RUSSIA (ON THE EXAMPLE OF THE ARKHANGELSK AND MURMANSK REGIONS)

УДК 338.48

С.Н. Жагина, *научный сотрудник Географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, vulpes-06.mail*
г. Москва, Россия

S.N. Zhagina, *Researcher, Geography Faculty, Lomonosov Moscow State University, vulpes-06.mail*
Moscow, Russia,

Ключевые слова: туристско-рекреационный потенциал; Мурманская и Архангельская области; внутренний туризм.

Keywords: tourist and recreational potential; Murmansk and Arkhangelsk regions; domestic tourism.

Рассмотрены вопросы внутреннего и внешнего туризма Мурманской и Архангельской областей Европейского Севера России. Обсуждены туристические ресурсы, виды туризма и средства размещения, рассмотрены виды рекреационной деятельности в указанных областях. Сделан анализ основных индикаторов развития туризма за пять лет по данным Росстата, рассмотрена привлекательность туристских ресурсов Мурманской и Архангельской областей на основе этого анализа. Введена гипотеза, что в Мурманской и Архангельской областях возрастет роль экологического туризма после окончания пандемии

© Жагина С.Н., 2021

COVID-19. Обосновывается мысль, что на Европейском Севере России есть все возможности для развития как внутреннего, так и въездного туризма, который может сыграть важную роль в улучшении ее экономики и сохранении окружающей природной среды, обеспечении занятости населения, создании условий для сохранения традиционных занятий и образа жизни коренного населения, т.е. напрямую способствует достижению устойчивого развития этого региона России.

The article deals with the issues of internal and external tourism of the Murmansk and Arkhangelsk regions of the European North of Russia. Tourist resources, types of tourism and accommodation facilities are discussed, types of recreational activities in these areas are considered. The analysis of the main indicators of tourism development for 5 years according to Rosstat data is made and the attractiveness of tourist resources of the Murmansk and Arkhangelsk regions is considered on the basis of this analysis. A hypothesis has been introduced that the role of ecological tourism will increase in the Murmansk and Arkhangelsk regions after the end of the pandemic (Covid-19). The idea is substantiated that in the European North of Russia there are all opportunities for the development of both domestic and inbound tourism, which can play an important role in improving its economy and preserving the natural environment, ensuring employment of the population, creating conditions for the preservation of traditional occupations and the way of life of the indigenous population, i.e. directly contributes to the achievement of sustainable development of this region of Russia.

Российская Федерация располагает значительными ресурсами для развития практически всех основных видов туристско-рекреационной деятельности. Однако это лишь предпосылки, которые еще необходимо эффективно использовать. Существует целый ряд ограничительных факторов, влияющих на развитие туристско-рекреационного хозяйства страны, – недостаточно высокая платежеспособность населения, низкий

уровень развития общей и специальной туристской инфраструктуры, узкий ассортимент предлагаемых туристских услуг и т.д. Развитие туристско-рекреационного хозяйства страны напрямую зависит от общеэкономической и политической ситуации. Вместе с тем прогресс в развитии туризма может стать дополнительным импульсом развития всей российской экономики и экономики отдельных российских регионов [1].

В стратегии пространственного развития Российской Федерации до 2025 года определено, что для 73 из 85 регионов Российской Федерации данный сектор национальной экономики является отраслью экономической специализации.

К 2035 году вклад туризма в экономику страны должен составить около 16,3 трлн рублей, что в пять раз превышает текущий уровень [1].

Мурманская и Архангельская области, безусловно, входят в указанные 73 региона.

Целью данной статьи является рассмотрение тенденций и перспектив развития туризма в Архангельской и Мурманской областях. В этих областях туризм признан приоритетным направлением социально-экономического развития, народнохозяйственной специализацией экономики. За последние годы до пандемии COVID-19 отмечено увеличение численности туристов в этих областях. Пандемия привела к резкому уменьшению численности туристов в 2020 году. Поэтому необходимо рассмотреть тенденции и перспективы развития туризма в Архангельской и Мурманской областях в настоящее время.

В ходе исследования использовался комплекс научных методов: монографический (при изучении туризма как фактора, определяющего региональное развитие); экономический, статистический и сравнительный анализ (при изучении тенденций и закономерностей развития туристической индустрии в регионе, определении ключевых ограничений ее развития), а также общенаучные методы исследования, такие как синтез, анализ, индукция, дедукция и т.д.

Цели и приоритетные направления региональной политики в области туризма закреплены в законах Мурманской и Архангельской областей «О государственной поддержке развития туризма» [2; 3].

Объективной основой для развития туризма в регионе является его географическое положение, наличие природных рекреационных ресурсов, условий и объектов культурно-исторического наследия.

В последние годы Европейский Север становится все более популярной туристской дестинацией по мере укрепления позиций внутреннего и въездного туризма в России.

Аттракции Европейского Севера – это живописные лесные озера и порожистые реки, скалы и сейды Кольского полуострова, мегалиты и лабиринты Соловецких островов Белого моря, уникальные памятники храмового деревянного и каменного зодчества, представленные в национальных парках «Кенозерский», «Водлозерский», «Русский Север». Развитию природно-ориентированного туризма способствует широкое разнообразие природных достопримечательностей. Три заповедника Кольского полуострова, наблюдающие и изучающие среду обитания и повадки дикого северного оленя, морских птиц и рыб северных водоемов: Кандалакшский заповедник (1932) площадью 70,5 тыс. га; заповедник «Пасвик» (1992) – 14,727 тыс. га, не считая 1,910 тыс. га на территории Норвегии; Лапландский заповедник (1930) площадью 268,4 тыс. га, имеющий международный статус биосферного резервата. А также 14 заказников и 48 памятников природы. Имеются водно-биологические угодья, охраняемые Рамсарской конвенцией, – Кандалакшский залив (20,8 кв. км), его функциональное значение – массовое гнездование и миграции лебедя-кликуна, гусей, обыкновенной гаги, куликов.

Привлекательность туристских ресурсов Мурманской и Архангельской области (табл. 1) рассмотрена на основе анализа основных индикаторов развития туризма за пять лет по данным Росстата [4; 5].

Природно-ориентированный туризм, или экологический туризм (экотуризм), рассматривается в мировом сообществе как деятельность, сохраняющая окружающую среду, вносящая вклад в просвещение населения и поддерживающая благосостояние местных жителей, т.е. отвечающая принципам устойчивого развития, в том числе на региональном уровне. Согласно данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в XXI веке природно-ориентированные виды ту-

ризма стали важным фактором создания рабочих мест и развития регионов. В нашей стране природно-ориентированный туризм является одним из стимулов диверсификации экономики регионов, выступая к тому же как экспортно-ориентированная сфера деятельности, способная проявлять большую стабильность. В 2020 году эта стабильность была нарушена в связи с пандемией COVID-19.

Таблица 1

Виды рекреационной деятельности Мурманской и Архангельской областях

Совпадающие виды рекреационной деятельности	Виды рекреационной деятельности в Мурманской области	Виды рекреационной деятельности в Архангельской области
Экологический туризм; пешеходный туризм; событийный туризм; морские круизы; этнографический туризм; дайвинг; сплав по рекам; кайтинг; любительский промысел (сбор дикоросов, охота); деловой туризм	Горнолыжный и лыжный туризм; рекреационное рыболовство, в том числе на атлантического лосося; сафари на снегоходах, вездеходах, квадроциклах, ралли-туры; геолого-минералогический туризм; «охота» за северным сиянием	Культурно-познавательный, паломнический туризм; санаторно-курортное лечение и оздоровительный отдых; охотничье-рыболовный туризм; активный туризм

В связи с новым этапом туристской деятельности, который начнется при измененных обстоятельствах, актуальным становится научное обоснование организации туризма, основанное на комплексном изучении туристского потенциала территории.

На территории Кольского полуострова сосредоточены крупные массивы малонарушенных экосистем, большинство которых расположено в пределах Ловозерского района – наименее освоенного района области. Район включает в себя таежную и тундровую природные зоны, переходную зону лесо-

тундры, а также большое число других незональных экосистем: болотных, горных, приморских [6].

Одним из показателей туристской привлекательности региона является величина туристского потока. В связи с отсутствием официальной методики подсчета туристов о ней можно судить, основываясь на регистрируемых данных численности граждан, размещенных в коллективных средствах размещения (КСР) (табл. 2, рис. 1).

Таблица 2

Численность граждан Российской Федерации, размещенных в КСР (в тыс. чел.)

Область	Год					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Мурманская	179,70	214,09	266,05	261,98	263,79	226,461
Архангельская	279,70	274,95	264,86	301,72	347,03	202,365

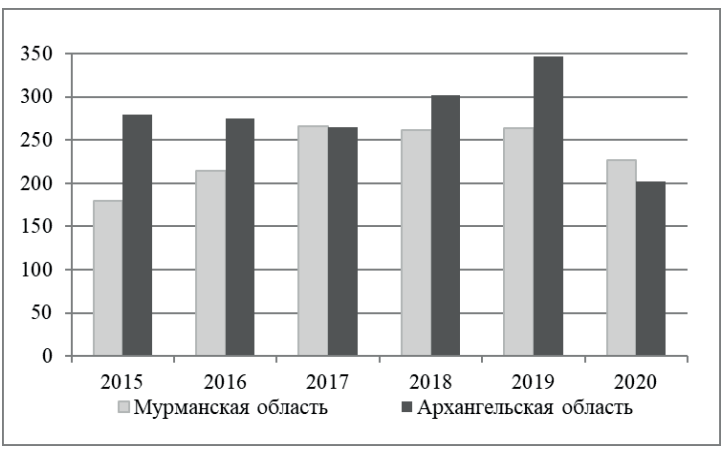


Рис. 1. Общее количество размещенных лиц в КСР без учета микропредприятий, в тыс. чел. (по материалам [4; 5])

Анализ приведенных статистических данных показывает, что по числу посещений российскими туристами и по темпу роста их прибытий Архангельскую область посещает больше туристов, чем Мурманскую. Прежде всего, это происходит за счет использования туристского потенциала Архангельской области – знаменитого Соловецкого монастыря, являющегося объектом ЮНЕСКО. На территории Мурманской области отсутствуют объекты ЮНЕСКО, что является важным аттрактивным фактором (табл. 3, рис. 2). В 2020 году количество туристов в Архангельской области сократилось почти в два раза, но к августу 2021 года Поморье столкнулось с тем, что спрос на наиболее востребованные туристические маршруты уже превышает предложение. Заполняемость популярных отелей и туристических комплексов под Архангельском, в Пинежском заповеднике, в Каргополе уже сегодня очень высокая, места забронированы на недели вперед.

Таблица 3

Численность иностранных граждан, размещенных в КСР (в тыс. чел.)

Область	Год					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Мурманская	15,1	26,0	36,1	38,0	55,8	30,799
Архангельская	6,1	7,2	7,3	7,9	12,8	2,164

Следует отметить, что наряду с ростом численности российских туристов растет посещаемость Мурманской и Архангельской областей иностранными туристами. На основе анализа посещений иностранных граждан можно сделать вывод, что с 2018 года Мурманская область является лидером по данному направлению. За пять лет Мурманская область почти в четыре раза увеличила количество размещенных иностранных туристов в гостиницах и аналогичных средствах размещения (рис. 2). Въездной туристский поток в Россию в пер-

вом полугодии 2021 года снизился в 31 раз по сравнению с допандемийным периодом (первым полугодием 2019 года). Об этом говорится в сообщении Ассоциации туроператоров России (АТОР) [7].

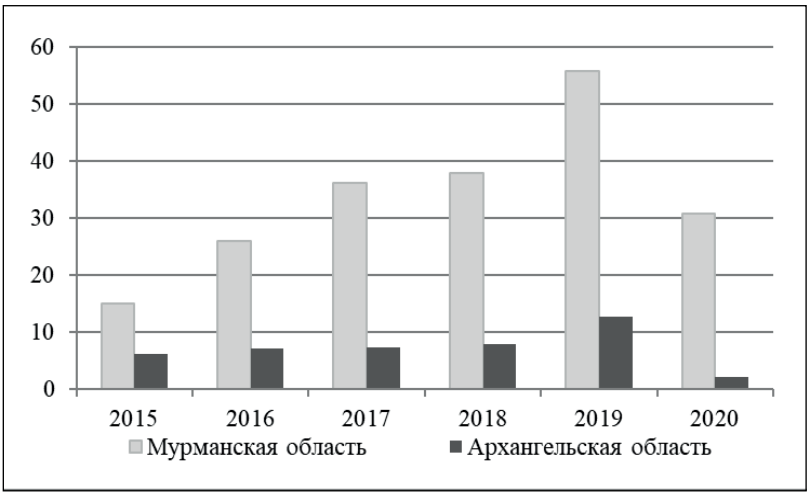


Рис. 2. Численность иностранных граждан, размещенных в КСР, в тыс. чел.

Всего иностранцы в первом полугодии 2021 года совершили 64,4 тыс. визитов в Россию с туристскими целями. В аналогичный период 2020 года турпоток составлял 322,8 тыс., а в 2019 году – почти 2 млн.

Основой для определения объема выручки предприятий туризма является статистический показатель «Объем платных услуг населению», отражающий валовой доход (выручку) производителей услуг в размере средств, поступивших или непосредственно от граждан, которым оказаны услуги, или от предприятий (организаций) в уплату за оказанные их работникам услуги (рис. 3, 4).

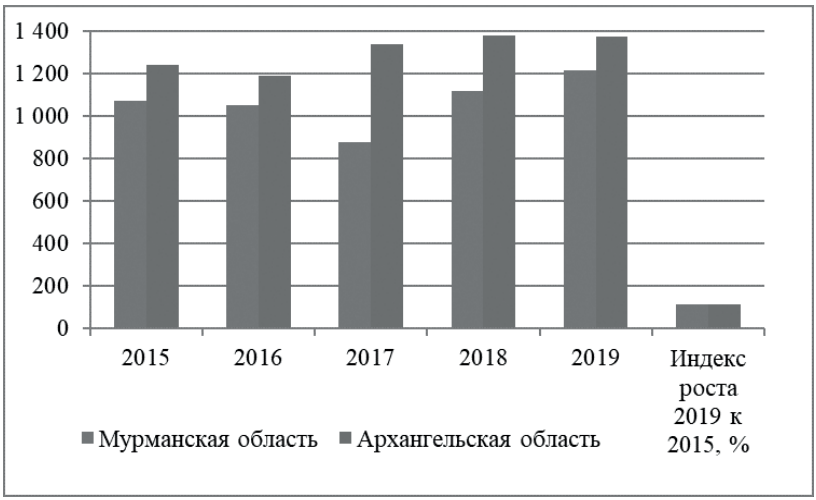


Рис. 3. Объем платных услуг гостиниц
и аналогичных средств размещения, млн руб.

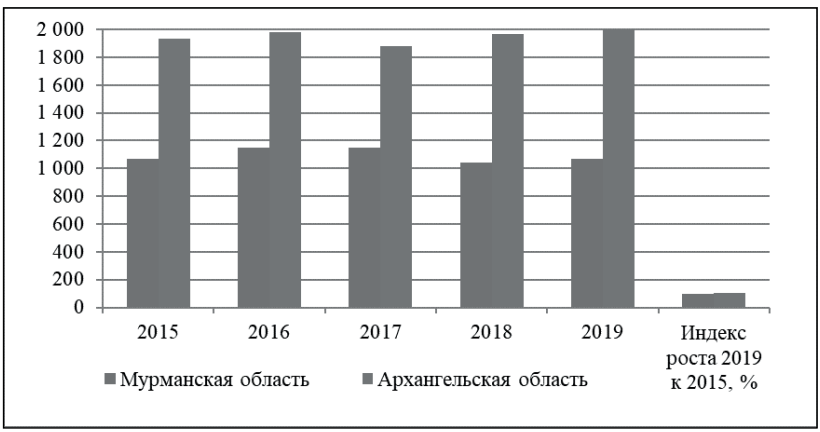


Рис. 4. Объем платных туристских услуг, млн руб.

Анализ показывает, что 2018–2019 годы сопровождались падением выручки турфирм при росте турпотока в рассматриваемые области. Данная тенденция может быть связана

с переформатированием рынка, так как большую часть туристских компаний составляют туристские агентства, работающие на выездном из региона туризме. Объем платных услуг, оказанных населению в январе – феврале 2021 года в Мурманской области, составил 10141,9 млн руб., или 95% к соответствующему периоду предыдущего года, в феврале 2021 года – 5136,5 млн руб., или 95,7%.

В последние годы количество компаний, работающих на этом направлении, сократилось в связи с рядом неблагоприятных событий для выездного туризма: закрытие популярных у туристов направлений (Турция и Египет), снижение покупательской способности туристов в связи с санкционными мерами в отношении Российской Федерации и др.

В условиях закрытых границ, связанных с распространением COVID-19, произошло перераспределение выездного туристского потока. По сведениям Ассоциации туроператоров России, лишь 30% ранее выезжавших за рубеж российских туристов ждут открытия границ, а остальные выбрали маршруты внутри России, обеспечив заполняемость самых дорогих объектов размещения во всех регионах страны.

Спрос на люксовые объекты значительно превышает предложение. Туротрасли нужны три-четыре месяца, чтобы выйти из «ситуации шторма» [8]. Кроме того, в будущем велика вероятность возвращения туристов в те места, где сервис будет соответствовать их ожиданиям. Согласно оценкам экспертов, одной из проблем сектора размещения на Европейском Севере России является недостаток в нем объектов высокого (премиального) ценового сегмента [8].

Одним из показателей, позволяющих оценить востребованность туристских ресурсов, является деятельность туристских агентств. Количество туристских компаний за последние годы изменилось незначительно. Несмотря на развитие туризма в Мурманской и Архангельской областях, эти показатели стабильны, что можно объяснить тем, что самозанятость широко распространена в туристской сфере, что не находит адекватного отражения в статистической отчетности.

Развитие туристской инфраструктуры Мурманской и Архангельской областей характеризуется поступательным, но неравномерным характером, что в первую очередь связа-

но со сложными природными и экономическими условиями Крайнего Севера, которые вызывают значительное удорожание строительства по сравнению со средней полосой России [6]. Состояние транспортной сети не соответствует текущим и перспективным объемам пассажиропотока, развитие дорожной сети не позволяет обеспечить транспортную доступность многих туристских мест, а основные фонды всех видов транспорта обновляются недостаточными темпами. Автомобильные дороги и придорожный сервис имеют особое значение для развития туризма, так как существенная доля туристов использует личный автотранспорт [9].

Очень перспективным направлением может стать развитие речного и морского туризма. В настоящее время воздушным транспортом доставляют туристов к уникальному островному комплексу – Соловкам. По морю добраться до Соловков можно только через Карелию. В Архангельске есть хорошие отели для размещения гостей города, но для развития индустрии туризма необходимы современные отели туристского класса. В Мурманской области морской арктический туризм представлен круизами с посещением высокоширотных географических объектов (экскурсии из г. Мурманск на атомном ледоколе «50 лет Победы» на Северный полюс, к северным островам Шпицберген, Земля Франца-Иосифа, Новая Земля) и заходами иностранных круизных и экспедиционных судов, которые осуществляются более 20 лет. Мурманск включен в перечень портов, через которые допускается въезд в РФ иностранных граждан и лиц без гражданства, прибывающих в туристских целях на паромах и круизных судах, и их нахождение на территории РФ в течение 72 часов без виз [9].

В новых экономических условиях, вызванных пандемией COVID-19, Мурманская и Архангельская область имеют возможность использовать этот фактор для активизации внутреннего туризма. В то же время следует отметить, что в отрасли существует ряд проблем, которые, помимо отсутствия средств у населения, серьезно сдерживают спрос граждан на поездки внутри страны.

Для Мурманской и Архангельской областей это, прежде всего [10]:

1. Недостаточный уровень развития туристской инфраструктуры. Сказывается значительный износ и низкий коэффициент обновления основных фондов средств размещения объектов обслуживания туристов, предприятий общественного питания, объектов развлечения, транспорта и т.д. Ситуация по числу коллективных средств размещения в Мурманской Архангельской области достаточно стабильна, но отличается пространственной неравномерностью расположения и развития. Большее количество коллективных средств размещения сосредоточено в промышленных центрах. Существует нехватка номеров повышенной комфортности в гостиничном секторе, что ограничивает спрос со стороны туристов с высоким доходом.

2. Развитие туристских объектов и комплексов невозможно без создания необходимой обеспечивающей инфраструктуры, включающей инфраструктуру пассажирского транспорта: модернизация аэропортов и развитие сети дорог. Однако в условиях недостатка финансовых ресурсов и разворачивающегося на фоне последствий пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 экономического кризиса задачи такого масштаба можно решить только при поддержке регионального и федерального правительства.

Учитывая вышесказанное, можно предложить направления, позволяющие снизить существующие в отрасли ограничения и увеличить туристский поток в регион в ближайшем будущем:

• государственная поддержка туроператоров в виде субсидий на развитие внутреннего туризма и увеличения количества туров для создания конкурентоспособного туристского предложения;

• обеспечение транспортной доступности туристских объектов на основе повышения качества инфраструктуры, а также субсидирования транспорта, введения социальных тарифов для школьников, студентов, пенсионеров и других категорий граждан с целью снижения стоимости турпакетов;

• стимулирование инвестиционной деятельности по обновлению номерного фонда в сфере размещения за счет предоставления льготного кредитования, снижения ставки на-

лога на добавленную стоимость по отношению к компаниям, занятым в сфере туризма.

Пандемия коронавируса сильно ударила по популярным у туристов регионам. По оценке Ростуризма, падение объемов продаж в туристской отрасли весной 2020 года достигло почти 100%, общий объем недополученных доходов отрасли, включая доходы гостиниц, санаториев, домов отдыха, туроператоров, турагентств и всех видов туристских перевозок, только за первое полугодие составил порядка 1,5 трлн руб. вследствие закрытия границ, запрета на въезд иностранных туристов, остановки авиа и других видов сообщения.

В результате проведенного анализа перспектив развития туризма в Мурманской и Архангельской областях можно отметить, что пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 негативно повлияла на все отрасли экономики. Но пандемия когда-то закончится. Туристский бизнес снова начнет расти. Этот процесс зависит от многих факторов. Кроме естественного желания путешествовать, у туристской семьи должно быть достаточно средств для путешествия. Само государство сильно заинтересовано в развитии турбизнеса, но степень реализации этой заинтересованности зависит от средств, которые выделит государство. Да и сами регионы уже сейчас стараются своими силами стимулировать приток туристов в их регионы.

Работы проводились в рамках Проекта ГЗ «Анализ региональных геоэкологических проблем в условиях глобальных изменений окружающей среды» (Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, кафедра физической географии мира и геоэкологии).

Литература и источники

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года: распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р. URL: http://static.government.ru/media/files/UVAlqUtT08o60RktoOXl22 JjAe7irNxc.pdf (дата обращения: 09.04.2021).

2. Стратегия социально-экономического развития Архангельской области до 2035 года. URL: https://economy.gov.ru/material/file/08be543e21dfe07f4d4a48e559603d7f/strategarch.pdf (дата обращения: 30.04.2021).

3. Стратегия социально-экономического развития Мурманской области до 2025 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/2d73ae0995822a891524f19779bc6499/strategm.pdf (дата обращения: 30.04.2021).

4. Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2017. Statistical compilation / Rosstat. 1402 p

5. Федеральное агентство по туризму, раздел «Статистика». URL: https://tourism.gov.ru/contents/statistika/ (дата обращения: 27.04.2021).

6. Ускова Т.В., Егоров В.К., Леонидова Е.Г. Туризм в Российской Федерации: возможности для импортозамещения // Проблемы развития территории. 2016. № 4 (84). С. 32–46.

7. Вестник АТОР. URL: https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/52150.html (дата обращения: 09.04.2021).

8. Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И. Арктический туризм // Вестник Московского университета. Серия 5 «География». 2017. № 3. С. 96–98.

10. Zhagina S.N., Pakhomova O.M. The Analysis of Seasonality of Tourist Services in The European North of Russia // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2019. Vol. 302.

11. Жагина С.Н., Пахомова О.М. Развитие туризма на Европейском Севере России (на примере Архангельской, Вологодской области и республики Карелия) кластерный подход // Проблемы региональной экологии. 2016. № 6. С. 39–44.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЗАПОВЕДНИКЕ «ВОСТОК ФИНСКОГО ЗАЛИВА»

TOURIST AND RECREATIONAL POTENTIAL AND TOURISM DEVELOPMENT IN THE EAST OF THE GULF OF FINLAND NATURE RESERVE

УДК 338.48

П.В. Жуков, *старший преподаватель университета, генеральный директор ООО «Терра», spb1979@yandex.ru*
А.А. Фомин, *доцент, канд. пед. наук, sgd@yandex.ru*
С.В. Малашенкова, *студент 4-го курса, sonyasha9903@gmail.com*
Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, г. Санкт-Петербург, Россия

P.V. Zhukov, *Senior Lecturer, General Director of Terra LLC, spb1979@yandex.ru*
A.A. Fomin, *Associate Professor, Candidate of Pedagogical Sciences, sgd@yandex.ru*
S. V. Malashenkova, *4th-year Student, sonyasha9903@gmail.com*
Pushkin Leningrad State University, Saint Petersburg, Russia

Ключевые слова: ООПТ; экотуризм; заповедник; морские круизы; турмаршруты.

Keywords: protected areas; ecotourism; nature reserve; sea cruises; tourist routes.

Рассматриваются туристские ресурсы недавно созданного заповедника в контексте различных видов туризма: экологического, круизного, военно-патриотического. Представлены анализ существующих турмаршрутов и проблематика развития туризма в целом на рассматриваемой ООПТ.

© Жуков П.В., Фомин А.А., Малашенкова С.В., 2021

The article examines the tourist resources of the newly created reserve in the context of various types of tourism: ecological, cruise, military-patriotic, also presents an analysis of existing tourist routes and the problems of tourism development in general

Заповедник «Восток Финского залива» создан 21 декабря 2017 года постановлением Правительства РФ в год, объявленный Годом экологии в России. Это 105-й заповедник, созданный на территории Российской Федерации, который также является третьей особо охраняемой природной территорией федерального значения Ленинградской области [1].

«Восток Финского залива» находится в Выборгском и Кингисеппском районах области рядом с Эстонией и Финляндией в пограничной зоне. Он представляет собой островные группы в Финском заливе на Балтике и окружающие их воды. Заповедник создан по кластерному типу: он состоит из девяти участков, изолированных друг от друга.

Общая площадь заповедника – 14 тыс. га. Острова занимают 900 га этой территории, морская акватория – 13,1 тыс. га. Охранная зона заповедника – 3680 га [2].

В соответствии с российским законом об ООПТ в задачи государственных заповедников входит развитие познавательного туризма, что также подчеркивается на сайте Минприроды России в описании назначения заповедника «Восток Финского залива» [2].

Мурад Керимов, заместитель министра природных ресурсов и экологии РФ, отметил заповедник как место, особо ценное для любителей природы и являющееся центром экотуризма и просвещения населения. Он заключил, что вместе с созданием заповедника «Восток Финского залива» «еще одним таким центром в нашей стране становится больше». Это значит, что заповедник был создан с учетом использования имеющихся на его территории ресурсов для туристской деятельности [3].

Чтобы оценить туристско-рекреационный потенциал заповедника «Восток Финского залива», рассмотрим для начала, что представляют собой его участки (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика участков заповедника «Восток Финского залива»

№	Название	Краткое описание	Примерная площадь (га)
Выборгский район			
1	«Долгий Камень»	Включает в себя более 50 островов разных размеров и акваторию вокруг них. Самый крупный из них – Долгий Камень; Крутояр, Узорный, Расписной, Соколиный и др. – размером поменьше. Не все острова участка имеют названия	
2	«Копытин»	Находится совсем рядом с финской границей, включает в себя острова Копытин, Малый Копытин, Зубец, Долгий Риф, Согласный и окружающую акваторию	190
3	«Большой Фискар»	Состоит из архипелага Большой Фиксар, острова Увалень и прилегающей акватории	211
4	«Скала Халли»	Это единственный остров с примыкающей акваторией	39
Кингисеппский район			
5	«Виргины»	Представляет собой два острова – Южный и Северный Виргины – и акваторию вокруг	248
6	«Малый Тютерс»	Занимает остров с одноименным названием и воды около него	2587

Окончание табл. 1

№	Название	Краткое описание	Примерная площадь (га)
7	«Большой Тютерс»	Находится на острове Большой Тютерс и прилегающей акватории	184
8	«Скала Вигрунд»	Располагается недалеко от Кургальского полуострова в южной части Финского залива, включает скалу Вигрунд с ее прибрежными водами	3799
9	«Сескар»	Состоит из острова Сескар, более мелких островов (Ярки, Ногин, Касаури, Сонин, Низкий, Кокор, Куров, Южный) и близлежащих вод	6910

Из табл. 1 видно, что некоторые из заповедных участков имеют относительно небольшую площадь, а некоторые – довольно обширную. Но все они выбраны не случайно, а для максимальной эффективности сохранения природных комплексов и представителей флоры и фауны, а также отслеживания их состояния с учетом антропогенной деятельности, которая ведется в акватории залива.

Заповедная территория «Восток Финского залива» обладает огромным потенциалом для развития туризма. Она является довольно необычной по сравнению с другими ООПТ, так как состоит из групп различных островов, а большую ее часть составляет водная поверхность, что предполагает ее посещение только на каком-либо судне. Эта особенность является выигрышной, так как повышает туристский интерес у посетителей территории.

В первую очередь, «Восток Финского залива» привлекателен для развития здесь экологического туризма, что определя-

ется самой спецификой этого вида туризма, распространенного на особо охраняемых природных территориях.

На заповедных островах обитают 40 видов млекопитающих, 159 видов птиц, 13 видов земноводных и пресмыкающихся, 58 видов рыб, два вида миног, 661 вид сосудистых растений, 26 видов водорослей. Также эти места – пристанища для перелетных птиц в весенний и осенний период: здесь можно заметить огромные скопления гусей, лебедей, куликов и уток [4].

Одним из популярных и интересных млекопитающих островов является кольчатая нерпа, точнее, ее балтийский подвид, считающийся самым маленьким тюленем в мире. Это животное вместе с особями серого тюленя обитает в основном на мелководьях, на лишенных растительности низких островах – на Малом Тютерсе, скале Халли и скале Вигрунд.

В подходящий день и сезон туристы могут увидеть типичных представителей фауны заповедника, а также заметить особенность местной флоры: большое количество растительности на крупных островах (Сескар, Большой Тютерс) и их отсутствие на мелких из-за деятельности ветров. Растительный мир островов в основном представлен сосновыми деревьями, мхами, лишайниками, одиночными деревьями, например рябинами, а также можжевельником [4].

Правительство Ленинградской области объявляло о том, что возможность посещения заповедника будет предоставлена всем, и о том, что на его территории запланирована реализация туристских просветительских программ, но к настоящему времени такие программы еще не созданы [3].

Заповедная природа традиционно является объектом изучения, поэтому логичным и целесообразным видом туризма на территории заповедника «Восток Финского залива» является один из подвидов экологического туризма – научный. На территории островов могут организовываться экспедиции различных научных сообществ, в том числе студенческих, проводиться полевые практики для биологических, географических, естественно-научных направлений.

Помимо природных аттракций, «Восток Финского залива» имеет все ресурсы для организации здесь туров и экскурсий военно-исторической направленности. На территории многих

островов с давних времен происходили военные действия, располагались военные базы, в том числе в период Великой Отечественной войны. Например, команда экспедиции «Гогланд» с помощью военных продолжает вести активную деятельность по поиску останков погибших воинов, вывозу многочисленных орудий с территории островов. Наибольшее их количество было сосредоточено на острове Большой Тютерс [2].

Наличие маяков разных форм и размеров на островах заповедника, остатков древних поселений и людской деятельности в виде лабиринтов является базой для развития здесь познавательного туризма. Например, на острове Долгий Камень, располагающемся в Выборгском районе области, сохранились развалины финских деревень, а на Крутояре – древний лабиринт и ритуальные камни. На Сескаре находится первый в России цельнометаллический маяк 1858 года постройки, а на Большом Тютерсе в 75-метровом маяке проживает персонал, который показывает особенности своей работы в социальных сетях [4].

Резюмируя информацию о туристском потенциале заповедника «Восток Финского залива», можно привести на этот счет мнение Артема Хуторского – начальника 6-й комплексной экспедиции «Гогланд», проведенной в очередной раз в 2018 году с целью изучения внешних островов Финского залива [5].

Он говорит об огромном туристском потенциале этих островов, в том числе, конечно, и островов заповедника, о важности организованного их посещения людьми со специалистами. Такие специалисты осведомлены обо всех особенностях и правилах установки палаток, разведения костров, уборки мусора, а также знают наиболее подходящие маршруты и тропы с точки зрения как безопасности людей, так и минимизации человеческого воздействия на природные комплексы. Также А. Хуторской подчеркнул, что с момента создания заповедника входящие в него острова будут контролироваться, помимо работников погранслужбы, еще и специалистами по охране природы.

Финский залив Балтийского моря – это довольно крупная акватория и популярное место для организации всевозмож-

ных туристских маршрутов: начиная от коротких экскурсий и заканчивая многодневными путешествиями.

Если говорить об организованном туризме, а именно об организации маршрутов туроператорскими компаниями, то Финский залив на рынке представлен преимущественно морскими прогулками вблизи Санкт-Петербурга, Кронштадта и других городов, омывающихся заливом. В основном они не очень продолжительны.

Что касается актуальных предложений туров (круизов) по внешним островам Финского залива, расстояние до которых от Санкт-Петербурга довольно внушительно, то они включают такие острова, как Гогланд, Мощный, Соммерс, Родшер, архипелаг Виргины, Большой Тютерс, Сескар и др., но количество таких туров ограничено. Это, скорее всего, связано с повышенной сложностью их организации, большой зависимостью от погодных условий, необходимостью грамотного инструктажа туристов и т.д.

Организация длительных круизов в открытом водоеме – очень ответственная и непростая задача. Тем более, что для организации круизов непосредственно по островам Финского залива во многих случаях необходимо оформление специального разрешения, так как многие из этих островов находятся в приграничной зоне.

Туристские ресурсы нового заповедника «Восток Финского залива» в настоящее время служат базой для создания туристских маршрутов, в которые входит посещение некоторых заповедных островов. Существующие на рынке маршруты отличаются друг от друга типом выбранного судна для путешествия, также имеют разную продолжительность и стоимость в зависимости от полноты обслуживания и услуг, входящих в туристский продукт.

Выбор судна для перевозки пассажиров зависит от уровня моря конкретного участка залива возле острова, который включен в маршрут.

Следует отметить, что создание новых туристских маршрутов по территории Финского залива в настоящее время является актуальной задачей для развития внутреннего туризма в Ленинградской области. В январе 2018 года стало известно, что по инициативе РГО области планируется создание ту-

ристского маршрута по приграничным островам Финского залива. Этот маршрут было поручено спроектировать группе, в которую было решено включить представителей из различных организаций: Министерства обороны, пограничной службы, Министерства культуры и спорта, общественных организаций и ассоциаций парусного спорта [6].

Григорий Двас, председатель областного Русского географического общества, подчеркнул, что в задачи общества среди прочих входит продвижение туризма в регионе, проектирование новых туристских маршрутов, поэтому было решено заняться организацией туризма на внешних островах Финского залива. Губернатор Ленобласти Александр Дрозденко поддержал озвученное предложение и отметил туристскую привлекательность маяков Финского залива. Действительно, это успешный туристский ресурс, который может служить основой, тематикой конкретного тура.

По выбранной концепции морское путешествие включало высадку на тех островах, которые как раз имеют на своей территории маяки, которые можно осмотреть как снаружи, так и, если возможно, внутри. При этом также делался акцент на наличии на островах исторических и природных объектов [6].

Вся представленная выше информация еще раз подчеркивает актуальность создания маршрутов по внешним островам Финского залива. А острова заповедника «Восток Финского залива», его участки, также обладают перечисленными туристскими ресурсами.

Существующие маршруты, включающие острова заповедника, начинаются в тех городах, где есть морские порты, например в Приморске, Выборге или Сосновом Бору. Но эти маршруты организовываются в большинстве своем профессионалами в частном порядке, а не крупными туристскими фирмами. У туристских фирм есть уже готовые направления, приносящие им доход, а организация круизов в приграничной и заповедной зонах требует концентрации трудовых и материальных ресурсов. Также этот сегмент путешествий все же не является доступным по цене для всех категорий туристов, а для организации таких маршрутов по заповедным островам необходимо точно и грамотно их составить, учитывая особенности природной среды, местообитания живых организмов,

чтобы не навредить экосистеме ООПТ. Но, несмотря на все сложности, такие направления стоит развивать, и они обязательно найдут своего потребителя.

Теперь рассмотрим некоторые представленные на рынке маршруты по Финскому заливу, включающие острова заповедника «Восток Финского залива».

Крупная туроператорская компания «Серебряное кольцо» – одна из немногих, кто предлагает экскурсию на остров Сескар, которая занимает весь день (с 7 до 23 ч). Туристы встречаются с гидом в Санкт-Петербурге, на электричке отправляются в Сосновый Бор, где садятся на скоростную яхту. Данная экскурсия имеет историческую направленность: делается акцент на старинном маяке, мемориале, посвященном погибшим морякам, и других исторических и военных объектах, сохранившихся на этих островах. Питанием в течение путешествия туристы обеспечивают себя самостоятельно [7].

Еще одно однодневное путешествие к островам Финского залива организует на территории Выборгского района Ленинградской области «Бюро авторских путешествий», в которое входят профессионалы – краеведы, историки, археологи и другие специалисты, изучающие Санкт-Петербург и область. В данное путешествие предлагается отправиться только четырем туристам, так как оно осуществляется на небольшой лодке. Туристов привлекают возможностью изучить древний мир островов: лабиринты, остатки древних поселений и осмотреть маяк. Программа предполагает высадку на островах Долгий Камень (Питкяпааси), Крутояр, а также на Большой Фискар (при спокойной ситуации на море) или на Орлиный (в обратном случае). Наличие вариантов для разных погодных условий, несомненно, является положительным моментом организации водного путешествия, стоимость которого составляет 3950 руб. без питания [8].

Туроператор «Заповедные железные дороги» предлагает уже более длинный туристский маршрут – трехдневный круиз по Балтике, в ходе которого посещаются острова Сескар, Гогланд, а также Большой Тютерс. Точка сбора туристов – Московский вокзал, откуда на автобусе они отправляются в Сосновый Бор, где пересаживаются на судно. Первый день полностью посвящен переходу на Гогланд, по пути с останов-

кой на Сескаре и осмотром маяка, второй – по программе на о. Гогланд, а третий – пути обратно с посещением Большого Тютерса. Туристское судно имеет 12 кают, кухню, комнату для отдыха и санузел. В путешествии туристы обеспечиваются трехразовым питанием. Стоимость круиза – 24 900 руб., куда включено питание, все транспортные и экскурсионные расходы. В названии данного круиза заповедник фигурирует под своим прежним названием – «Ингерманландский», но в программе не указаны какие-либо конкретные туристские услуги, экскурсии, рассказывающие о его экосистеме, живой природе.

Два продолжительных морских путешествия предлагает ИП Невлер Е.В. «Петербургский краевед». Первый круиз по внешним островам Финского залива длится пять дней, предлагает размещение на корабле «Фламинго», имеющем четыре двухместные каюты. Отправная точка судна – порт г. Приморска. Во время путешествия туристы посещают острова Нерва, Мощный, Большой Тютерс, Гогланд и Родшер, Виргинские острова, а также Соммерс. В программе упоминаются исторические достопримечательности островов, события, происходившие там, а также некоторые природные особенности. Стоимость путешествия составляет почти 37 тыс. руб. при условии полного набора группы. Трехразовое питание в эту стоимость не входит и обойдется в 4000 руб./чел. [9].

Второй круиз «Петербургского краеведа» – трехдневный, который предлагается совершить на яхте, отходящей из г. Выборг. В первый день туристы слушают путевую экскурсию и швартуются для ночевки на острове Вихревой. Во второй день они знакомятся с островом Крутояр, входящим в заповедный участок «Долгий Камень», осматривают древний лабиринт с экскурсией, а в третий день посещают остров Узорный, завершая свое путешествие высадкой на Вихревом возле Выборга. Стоимость круиза на человека – 15 000 руб., а трехразовое питание обойдется в 1400 руб. В программе для туристов подробно представлена информация об истории лабиринтов, древних поселениях на островах, а также упоминаются исторические события [10].

Каждый из описанных выше турпродуктов предлагает по-своему интересные программы, однодневные или продолжительные, разной стоимости и наполненности, но ни в одной из них не делается должный акцент на заповеднике, хотя программа включает его острова. Заповедник «Восток Финского залива» существует уже больше трех лет, но готовых туристских маршрутов экологической направленности, отвечающих концепции устойчивого туризма, актуальной для заповедников, пока нет, хотя при создании ООПТ они были в планах у властей и профессиональных ведомств. Такие маршруты должны проектироваться турфирмами и согласовываться с работниками заповедника с учетом специфики природной территории. Только их правильная совместная работа одновременно позволит зарабатывать организаторам туризма, удовлетворяя потребительский спрос, и обеспечивать выполнение целей создания заповедника.

Литература и источники

1. Восток Финского залива – новый заповедник в Ленинградской области. URL: https://lenobl.ru/ru/dlya-smi/news/1817/ (дата обращения: 14.04.2021).

2. Государственный природный заповедник «Восток Финского залива». История и цели создания URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/oopt/gosudarstvennyy_prirodnyy_zapovednik_vostok_finskogo_zaliva/?special_version=N (дата обращения: 16.04.2021).

3. Зеленые острова: на Финском заливе открыт новый заповедник. URL: https://lenoblinform.ru/news/2017/12/26/zapovednik-261217.html (дата обращения: 07.04.2021).

4. Ингерманландский заповедник. URL: https://geosfera.org/evropa/russia/1752-ingermanlandskiy-zapovednik.html (дата обращения: 10.04.2021).

5. «Ваш тайный советник». Забытые острова. URL: https://yandex.ru/turbo/history1.ru/s/interview/tpost/msvjt9pgu2-zabitie-ostrova (дата обращения: 04.04.2021).

6. Ленобласть и РГО создадут туристический маршрут по островам Финского залива в погранзоне. URL: https://tass.ru/v-strane/4903341 (дата обращения: 25.04.2021).

7. Экскурсия-экспедиция «Морское путешествие на остров Сескар с посещением старинного маяка». URL: https://www.silver-ring.ru/ru/trip/ru/odnodnevnyeavtobusnyeexcursii/morskoe-puteshestvie-na-ostrov-seskar-s-poseshcheniem-starinnogo-mayaka/ (дата обращения: 25.04.2021).

8. Водное путешествие к Питкяпааси, лабиринты Крутояра и другие острова. URL: https://buro.sol-t.ru/tour/vodnoe-putesestvie-k-pitkapaasi-labirinty-krutoara-i-drugie-ostrova-1-den (дата обращения: 23.04.2021).

9. Морской круиз по внешним островам Финского залива. URL: https://kraevedspb.ru/tour/morskoj-kruiz-po-vneshnim-ostrovam-finskogo-zaliva/ (дата обращения: 25.04.2021).

10. Экскурсия на яхте на острова Крутояр и Вихревой. URL: https://kraevedspb.ru/tour/ekskursiya-na-yahte-na-ostrova-krutoyar/ (дата обращения: 25.04.2021).

РАЗРАБОТКА МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА «ЗА ЖИДКИМ ЯНТАРЕМ» ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

DEVELOPMENT OF INTER-REGIONAL TOURISM PRODUCTS «FOR LIQUID AMBER» FOR THE RUSSIAN MARKET OF DOMESTIC TOURISM

УДК 338.482

В.С. Карпович, *студент направления «Туризм», v_gordina@mail.ru*
Н.В. Уткина, *доцент кафедры маркетинга, коммерции и сферы обслуживания, канд. экон. наук, доцент, v_gordina@mail.ru*
Пензенский государственный университет,
г. Пенза, Россия

© Карпович В.С., Уткина Н.В., 2021

V.S. Karpovich, *Student of the Direction «Tourism», v_gordina@mail.ru*
N.V. Utkina, *Associate Professor of the Department of Marketing, Commerce and Service Sector, PhD, v_gordina@mail.ru*
Penza State University, Penza, Russia

Ключевые слова: туризм; пивной туризм; инновационный турпродукт; межрегиональное сотрудничество; внутренний туризм.

Keywords: tourism; beer tourism; innovative tourism products; interregional cooperation; domestic tourism.

Анализируется современное состояние отрасли туризма в России, определяются ориентиры развития рынка туризма в контексте влияния пандемии коронавируса. Обосновывается необходимость проектирования инновационных межрегиональных турпродуктов в виду увеличения спроса россиян на поездки внутри страны. Рассматривается пивной туризм как один из нишевых видов туризма, имеющих потенциал развития на внутреннем рынке туризма в Российской Федерации.

На основе результатов изучения особенностей спроса и предложения на рынке внутреннего туризма и исследования туристского потенциала ряда регионов РФ предложен проект инновационного межрегионального турпродукта «За жидким янтарем», соединяющего Республику Татарстан и Самарскую область, включающего экскурсионную программу с посещением промышленных предприятий по производству пива и музеев пива, дегустации пенного напитка, просмотр тематических видеопередач о пиве с целью знакомства с историей и культурой пивоварения и формирования культуры потребления пивных напитков. Представлены программа тура, результаты расчета его стоимости, даны рекомендации по организации продвижения и продажи тура на российском рынке туризма.

The article analyzes the current state of the tourism industry in Russia, defines the guidelines for the development of the tourism market in the context of the impact of the coronavirus

pandemic. The necessity of designing innovative interregional tourist products in view of the increasing demand of Russians for trips within the country is justified. Beer tourism is considered as one of the niche types of tourism that have the potential for development in the domestic tourism market in the Russian Federation.

Based on the results of the study of the characteristics of demand and supply in the domestic tourism market, studies of the tourist potential of a number of regions of the Russian Federation, the author proposed a project of innovative interregional tourist products for the regions of the Volga Federal District «For liquid amber», including an excursion program with a visit to industrial enterprises for the production of beer and beer museums, tasting a foam drink, watching thematic videos about beer in order to get acquainted with the history and culture of brewing and form a culture of consumption of beer drinks. The work presents the tour program, the results of calculating its cost, made recommendations on organizing the promotion and sale of the tour on the Russian tourism market.

Введение

Ситуация с коронавирусом послужила одним из стимулов для развития внутреннего туризма в Российской Федерации. В связи с закрытием границ россияне начали чаще выбирать внутренние направления путешествий.

Внутренний туризм на фоне пандемии пережил определенный подъем. Так, по оценкам некоторых туроператоров, в 2020 году спрос на поездки по территории РФ увеличился на 73% в сравнении с 2019 годом [1]. Наибольшим спросом пользовались российские курорты. В июле-августе 2020 года они приняли более 10 млн человек. Также популярностью у россиян стали пользоваться такие направления, как Чукотка, Камчатка, Магадан, Республики Ингушетия и Карелия. В сравнении с 2019 годом число отдыхающих в этих регионах увеличилось более чем на 35% [2].

По оценкам Ростуризма, многие россияне в 2020 году предпочли отправиться на отдых в соседние регионы. Так на-

зываемые туры выходного дня – короткие поездки продолжительностью от двух до пяти дней – были весьма востребованы [3].

По результатам исследования, проведенного Booking.com в июле 2020 года, в будущем интерес к поездкам внутри страны у россиян не снизится. В течение ближайшего года по России планируют путешествовать 34% опрошенных, а в более долгосрочной перспективе (от года и далее) – 28%. При этом 45% респондентов хотят посетить новое направление в своей стране или регионе, а 46% – посмотреть местные природные достопримечательности. Более половины (58%) россиян собираются посетить уже знакомые места, в которых они успели побывать до этого [4].

Чтобы «закрепить» желание путешествовать по России и сформировать у россиян устойчивое благоприятное мнение об отдыхе на территории собственной страны, государство использует различные инструменты. В частности, для поддержки внутреннего туризма в августе 2020 года Ростуризм запустил программу «Туристический кешбэк», в рамках которой российские туристы могут вернуть часть денежных средств, потраченных на путевки или проживание в гостиничных предприятиях ряда субъектов РФ [5]. Также Ростуризмом был предложен ряд мер поддержки организаций туристской отрасли [6].

С увеличением спроса на поездки внутри страны многим игрокам российского туристского рынка пришлось срочно переориентироваться и создавать новые комплексные турпродукты, в том числе межрегиональные, позволяющие туристам за одну поездку познакомиться сразу с несколькими регионами РФ.

Возможности развития пивного туризма на российском рынке туризма

В сложившейся ситуации российский туристский рынок создает спрос на новые направления, формы и виды туризма. Одним из нишевых видов туризма, имеющих потенциал для развития в России, на наш взгляд, является пивной туризм. Пивной туризм можно рассматривать как разновидность куль-

турно-познавательного или промышленного видов туризма. В пивном туризме основной мотив совершения туристской поездки связан с желанием человека познакомиться с историей и культурой пивоварения и/или потребления пивных напитков [7]. Это направление путешествий имеет сформировавшееся устойчивое предложение в таких странах мира, как Чехия, Бельгия, Германия и другие страны, где традиции пивоварения имеют многовековую историю и пиво является национальным напитком.

В 2019 году интернет-платформа TripAdvisor составила рейтинг лучших в мире пивных экскурсий и туров, который возглавили Чехия, Австралия и Бельгия, среди них [8]:

- вечерняя пешеходная экскурсия по чешским пивным и закусочным (Прага, Чехия);
- сиднейский пивной тур с посещением пивоварен (Сидней, Австралия);
- дегустация бельгийского пива в Брюсселе (Брюссель, Бельгия);
- тур по крафтовым пивоварням в Миннеаполисе (Миннеаполис, Миннесота);
- BREW-ed Downtown: пешая экскурсия по пивоварням (Эшвилл, Северная Каролина);
- трехчасовая пивная экскурсия по Берлину (Берлин, Германия);
- баварский вечер пива и еды в Мюнхене (Мюнхен, Германия);
- вечернее вино и крафтовое пиво (Куинстаун, Новая Зеландия);
- сидр и пиво в долине Ярра – тур из Мельбурна (Мельбурн, Австралия);
- тур по пивоварням Ванкувера (Ванкувер, Канада).

На российском рынке туризма туры пивной тематики есть в ассортименте таких туроператоров, как ООО «Созвездие», ООО «Солеанс тревел», ЗАО «Чайка-Тур», ООО «Павлин-Тревел», ООО «Туры по Европе» и др.

Проведенный нами анализ показал, что, как правило, основными объектами туристского интереса в пивных турах являются местные пивоварни и пивоваренные заводы. Обязательными элементами пивных туров являются дегустации

пенного напитка. Важным аттрактором в туристских путешествиях пивной тематики также являются масштабные пивные фестивали, такие как «Октоберфест» (Oktoberfest) в Мюнхене, чешский пивной фестиваль в Праге (Czech Beer Festival), пивной фестиваль Zythos (Zythos Beer Festival) в Брюсселе, пивной фестиваль Brugs (Brugs Bier Festival) в Брюгге и проч.

Как правило, потребителями пивных туров являются люди в возрасте от 18 до 40 лет, ценящие хороший отдых в компании, преимущественно мужчины.

Ввиду переориентации спроса россиян на внутренний туризм из-за закрытия границ по причине распространения пандемии коронавируса можно предположить, что туристам, которые покупали пивные туры в Европу или другие страны мира, могут быть интересны туры пивной тематики по России. В связи с этим рассмотрим более подробно возможности российских регионов в направлении формирования туристских продуктов пивной тематики.

Нередко можно слышать, что Россия, в отличие от стран Западной Европы, не имеет давних традиций в пивоварении. Однако это не совсем так: самым популярным напитком у многих народов, населяющих территорию современной РФ, был так называемый «перевар», который изготовлялся на основе солода и меда, т.е. по существу представлял собой пиво. Первые упоминания о пиве на Руси были найдены во время археологических раскопок Древнего Новгорода. Центрами пивоварения на Руси, как и в Европе, были монастыри, однако делать этот напиток умели практически в каждом барском доме. Правящая династия Романовых всячески поощряла пивоварение в стране, а при Екатерине Великой в России начали строить большие пивные заводы. Первым из них стал завод имени Александра Невского, открывшийся в Санкт-Петербурге в 1795 году. Сегодня он входит в компанию Heineken Russia [9].

В настоящее время в России работает несколько крупных пивоваренных компаний. Кроме того, активно развивается крафтовое пивоварение.

По информации компаний «ВТБ капитал» и Nielsen, по итогам 2019 года более 80% всего российского рынка пива занимают три крупнейших концерна [10]:

1) AB InBev Efes;
2) «Балтика», входящая в Carlsberg Group;
3) Heineken.

Также имеется огромное количество средних и мелких изготовителей пива (рис. 1).

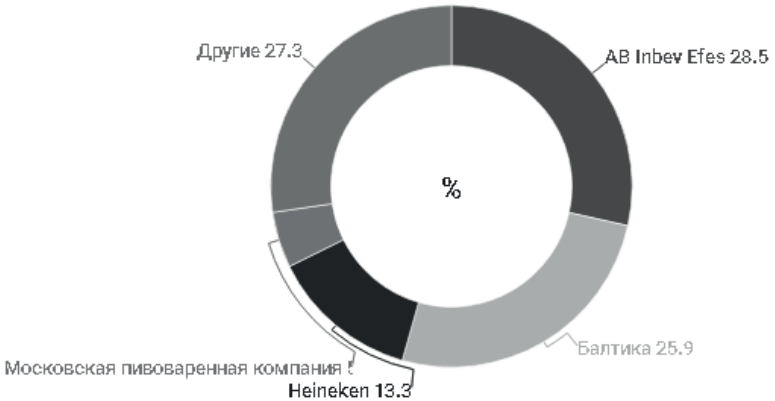


Рис. 1. Производители пива в России в 2019 году

По данным компании Step by Step, в 2019 году производство пива в России было сосредоточено главным образом в трех федеральных округах: Приволжском, Центральном и Сибирском (рис. 2). В этих округах располагаются крупнейшие игроки, обеспечивающие основной вклад в объемы производства. Так, в Приволжском федеральном округе выпускается почти треть отечественного пива – 31%, в Центральном – 28%, в Сибирском – 17% [11].

По данным исследования компании «Эвотор», самым пивным регионом России является Самарская область. Она лидирует в рейтинге субъектов по объему разовой покупки разливного пива. В этом регионе расположен один из старейших пивоваренных заводов России – Жигулевский, в связи с чем здесь сильны традиции потребления напитка [12]. Среди регионов ПФО крупнейшими производителями пива в первом полугодии 2020 года, кроме Самарской области, были Улья-

новская область и Республика Татарстан – на них приходится 63,2% всего объема производства в ПФО.

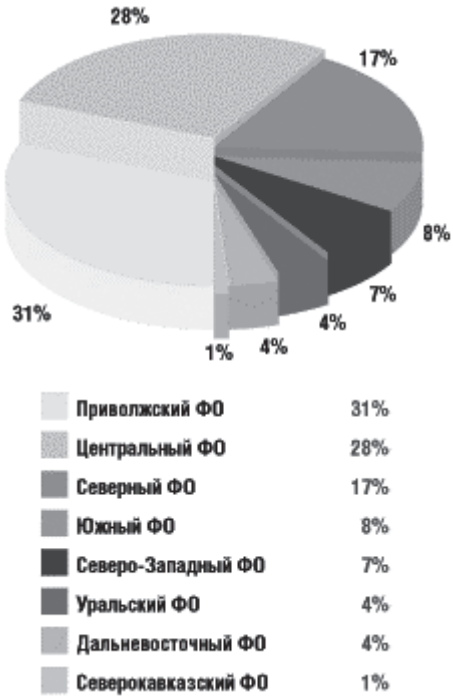


Рис. 2. Производство пива по федеральным округам РФ за 2019 год

Многими экспертами отмечается, что пивоваренный рынок в России является быстроразвивающимся и высококонкурентным.

Проведенное нами исследование показало, что во многих субъектах РФ имеется сформированное предложение по организации экскурсий на предприятия, занимающиеся производством пива.

Так, например, по данным «Хейнекен» (Heineken), в 2019 году около 10 тыс. человек посетили с экскурсиями пивоваренные заводы компании. Всего с начала развития программы в 2015 году в ней приняли участие около 60 тыс.

человек. Экскурсии на пивоварни «Хейнекен» проводятся в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Стерлитамаке, Екатеринбурге и Иркутске. По отзывам экскурсоводов, наибольшее впечатление на гостей производят масштабность и высокая технологичность производства: виды многотонных бродильных и варочных танков, чистота в цехах, малочисленность персонала и, конечно, дегустация продукции компании, во время которой всегда происходит оживленная дискуссия по поводу сортов, вкусов, ароматов [13].

Интересным примером являются онлайн-экскурсии на пивоваренные предприятия. Так, компания «Балтика» в связи с распространением коронавируса в 2020 году с помощью информационных технологий организовала масштабную онлайн-экскурсию по восьми заводам, которые расположены по всей России. Онлайн-путешественникам предоставили возможность в режиме реального времени наблюдать за производством пива и познакомиться с тонкостями пивоварения [14].

Однако не только крупные пивоваренные компании выступают как объекты туристского интереса. Крафтовые пивоварни также достаточно активно принимают у себя на производстве экскурсантов, используя экскурсии как маркетинговый ход для продвижения и продажи выпускаемой продукции. Например, экскурсии пивной тематики предлагают в Калининграде. Здесь разработана экскурсионная программа «Пивной Кенигсберг». Ее участники посещают местные пивоварни, слушают рассказ о кенигсбергских и калининградских традициях пивоварения и, разумеется, дегустируют местное пиво. Данная экскурсионная программа размещена на туристических порталах города Калининграда и проводится местными гидами. Размер группы составляет от 14 до 20 человек, а стоимость участия на одного человека варьируется от 1950 до 2260 руб. [15].

В 2018 году в Сочи специально для болельщиков чемпионата мира по футболу был открыт специальный маршрут «Пивная миля», разработанный по инициативе департамента курортов и туризма администрации города Сочи. Пеший экскурсионный маршрут называется «Янтарный» и носит обзорный характер с ознакомлением с достопримечательностями

центра Сочи. В экскурсию входит посещение пивного завода, дегустация пива, а также традиционных и нетрадиционных закусок в лучших барах и пабах центрального района Сочи. Сопровождается увлекательными рассказами и легендами экскурсовода о янтарном напитке [16].

Безусловно, туристскими ресурсами для создания турпродуктов пивной тематики могут стать как предприятия, производящие напиток, так и пивные музеи, расположенные на территории пивоварен или функционирующие самостоятельно. Подобные крупные музеи пива есть в Чебоксарах, Чистополе, Самаре, Москве и Санкт-Петербурге.

Однако, несмотря на наличие потенциала для развития пивного туризма, он не получил широкого распространения на российском рынке туризма. В частности, проведенный нами анализ показал, что предложение подобных программ очень ограничено. В основном это организованные туры с экскурсиями на пивоваренные заводы. Как правило, предложение сконцентрировано на посещении какого-либо одного населенного пункта, где имеются объекты туристского интереса. При этом проведенный анализ показал, что на российском рынке отсутствует предложение межрегиональных турпродуктов пивной тематики, позволяющих туристам за одну поездку познакомиться с несколькими регионами РФ.

Проект инновационного межрегионального турпродукта «За жидким янтарем»

Несмотря на то что регионы РФ предлагают туристам большой выбор туристических направлений, туры в рамках пивного туризма все еще остаются редким явлением, а не планомерно реализуемой программой.

Пенный напиток связан с историей страны и вполне достоин того, чтобы туристы уделили свое время изучению его истории, процесса его производства и дальнейшей дегустации.

В рамках работы разработан проект инновационного межрегионального турпродукта под названием «За жидким янтарем». В качестве принимающих туристских дестинаций нами были выбраны Республика Татарстан и Самарская область. Отбор проводился по следующим параметрам:

• регионы находятся в лидерах по производству пива в ПФО;

• города Казань и Самара входят в топ-10 городов ПФО, популярных у туристов;

• близкое территориальное расположение относительно друг друга, что важно с точки зрения формирования оптимального по продолжительности и протяженности маршрута путешествия;

• наличие туристских ресурсов, известных за пределами региона.

В табл. 1 дана краткая характеристика предлагаемой разработки.

Таблица 1

Краткая характеристика тура «За жидким янтарем»

Параметр	Характеристика
Вид туризма	По цели путешествия: культурно-познавательный. По виду используемого средства передвижения: автобусный
Целевая аудитория	Мужчины и женщины в возрасте от 18 до 50 лет, жители РФ, являющиеся любителями пива, интересующиеся историей и культурой пивоварения
Количество человек в группе	20 + 1 (сопровождающий)
Продолжительность	3 дня / 2 ночи
Маршрут следования	г. Казань (Республика Татарстан) – г. Чистополь (Республика Татарстан) – г. Самара (Самарская область) – г. Казань (Республика Татарстан)
Протяженность	790 км
Стоимость	18 900 руб./чел.

Поскольку тур начинается и заканчивается в Казани, то его целевой аудиторией являются жители Казани. Также тур может быть интересен жителям других регионов РФ, приехавшим в Казань для долгосрочного отдыха. Тур также может быть предложен крупным организациям как вариант организации корпоративного отдыха.

Программа тура построена таким образом, чтобы эффективно совместить отдых с познавательной составляющей. Туристов ожидает знакомство с традициями пивоварения, с технологий приготовления и с последующей дегустацией пивного напитка.

Для организации тура «За жидким янтарем» нами разработан комплект методического и информационного обеспечения:

- программа тура;
- технологическая карта туристского путешествия (по ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»);
- памятка туристу;
- информационный лист.

В табл. 2 представлена программа тура «За жидким янтарем».

Таблица 2

Программа тура «За жидким янтарем»

День	Время	Мероприятие
1 День	08:00–09:00	Сбор группы на площади ж/д вокзала г. Казань (Казань 1)
	09:00–11:30	Трансфер в г. Чистополь. Просмотр 1-й серии фильма «Мастера пивоварения» (Brew Masters) и проведение викторины «Что вы знаете о пиве?»
	12:00–13:30	Тематическая экскурсия на пивоваренный завод «Белый кремль» и посещение магазина-музея при заводе

Окончание табл. 2

День	Время	Мероприятие
1 День	14:00–16:00	Обед
	16:00–20:30	Трансфер в г. Самару. Просмотр 2–4-й серий фильма «Мастера пивоварения» (Brew Masters)
	20:30–21:00	Заселение в гостиницу
	21:00–23:00	Ужин
2 День	07:30–08:30	Завтрак
	09:00–14:00	Обзорная экскурсия «Добро пожаловать в Самару!»
	14:30–16:30	Обед
	17:00–18:30	Тематическая экскурсия на Жигулевский пивоваренный завод с дегустацией
	19:00–21:00	Свободное время
	21:30–23:00	Ужин
3 День	07:00–08:00	Завтрак
	08:30–11:30	Экскурсия на выбор (оплачивается дополнительно): музей «Бункер Сталина» / музейно-выставочный комплекс «Самара космическая»
	12:00–14:00	Обед
	14:00–18:00	Тематическая экскурсия на завод «Балтика-Самара» с дегустацией
	18:00–19:00	Свободное время
	19:30–01:00	Трансфер в г. Казань. Просмотр 5–6-й серий фильма «Мастера пивоварения» (Brew Masters) и проведение викторины «Отгадай марку пива»

В завершение тура каждый его участник получает памятный подарок – набор бокалов для пива.

Стоимость тура «За жидким янтарем» составила 18 900 руб./чел. при условии набора группы 20 человек. Дополнительно оплачиваются:

- приобретение пива в магазинах при заводах;
- экскурсия в музейно-выставочный комплекс «Самара космическая»;
- экскурсия в музей «Бункер Сталина»;
- дополнительное питание, покупка сувениров, личные расходы;
- медицинская страховка.

Разработанный тур «За жидким янтарем» может быть предложен к внедрению в ассортимент туроператора «Region Поволжье» (номер в реестре туроператоров РТО 016950).

Разработанный тур является новым для российского туристского рынка и, возможно, не сразу станет востребованным. Поэтому организацию продаж тура «За жидким янтарем» предлагается осуществить, используя следующие каналы сбыта:

- через собственные интернет-ресурсы и офисы туроператора;
- через торговых посредников (туристические агентства, работающие в разных регионах ПФО).

Рекомендации по продвижению тура «За жидким янтарем»:

1. Активное продвижение в Интернете:

- размещение информационных статей и новостных постов о туре на профессиональных пивных порталах, таких как Profibeer и Eatbeer;
- размещение информационных статей и новостных постов о туре на туристских порталах и в справочниках для туристов и путешественников, таких как «Тонкости туризма» и «ВОтпуск.ру»;
- размещение информационных заметок и новостных постов о туре на официальном туристском сайте туроператора и регионов, входящих в тур, а также на официальных сайтах и социальных сетях туристских компаний, принимающих участие в его организации.

2. Создание партнерских программ по продвижению разработанного тура с пивоваренными заводами и туристскими компаниями, принимающими участие в организации тура.

3. Обязательная подача контекстной рекламы о туре в «Яндекс.Директ» и Google.AdWords.

4. Продвижение на базе туристских информационных центров, работающих на территории Татарстана и Самарской области.

Заключение

Разработанный тур «За жидким янтарем» позволяет туристам познакомиться с историей и традициями пивоварения, его внедрение в деятельность туроператора по внутреннему туризму не только расширит ассортимент предлагаемых туров, но и создаст условия для занятия компанией новой ниши на российском рынке туризма.

В заключение отметим, что, возможно, именно развитие пивного туризма будет способствовать развитию межрегионального сотрудничества субъектов РФ, входящих в Приволжский федеральный округ, а также станет стимулом для повышения туристской привлекательности этих регионов на российском рынке внутреннего туризма.

Литература и источники

1. Туроператоры опубликовали итоги программы с кешбэком за поездки по РФ // Экономика сегодня. URL: https://rueconomics.ru/462824-turoperatory-opublikovali-itogi-programmy-s-keshbekom-za-poezdki-po-rf (дата обращения: 05.07.2021).

2. Новые места притяжения россиян // Би-порт. URL: https://b-port.com/news/245240 (дата обращения: 05.07.2021).

3. Итоги минувшего летнего турсезона // Российская газета. URL: https://rg.ru/2020/10/18/bobylev-vnutrennij-turizm-na-fone-pandemii-perezhil-nebyvalyj-podem.html (дата обращения: 05.07.2021).

4. Booking.com рассказал, как россияне будут путешествовать в ближайший год // Интерфакс. URL: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/74303/ (дата обращения: 15.07.2021).

5. Кешбэк продолжается // BFM.ru. URL: https://www.bfm.ru/news/454541 (дата обращения: 18.07.2021).

6. Меры государственной поддержки туристической отрасли // PPT.ru. URL: https://ppt.ru/art/coronavirus/podderzhka-turisticheskoy-otrasli (дата обращения: 05.07.2021).

7. Малетин С.С. Туризм специальных интересов: концептуальные подходы исследования // Вестник НГУЭУ. 2014. № 4. С. 218–225.

8. TripAdvisor назвал лучшие в мире пивные экскурсии // Profibeer. URL:https://profibeer.ru/beer/tripadvisor-nazval-luchshie-v-mire-pivnye-ekskursii/ (дата обращения: 05.07.2021).

9. История пивоварения в России // Первый пивной клуб. URL: https://www.firstbeerclub.ru/index.php?route=record/record&record_id=122 (дата обращения: 15.07.2021).

10. На российском пивном рынке впервые более чем за 20 лет сменился лидер // Ведомости. URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/02/12/822910-lider (дата обращения: 15.07.2021).

11. Обзор российского рынка пива // Российский продовольственный рынок. URL: http://foodmarket.spb.ru/current.php?article=2708 (дата обращения: 05.07.2021).

12. Названы регионы России, где пьют больше всего разливного пива // Пивное дело. URL: https://pivnoe-delo.info/2019/12/20/nazvany-regiony-rossii-gde-pyut-bolshe-vsego-razlivnogo-piva/ (дата обращения: 05.07.2021).

13. Heineken: интерес к промышленному туризму в регионах России продолжает расти // Пивная.рф. URL: http://pivnaya.ru/news/pressreliz/3631-heineken-interes-k-promyshlennomu-turizmu-v-regionah-rossii-prodolzhaet-rasti.html (дата обращения: 05.07.2021).

14. «Балтика» отметила День пивовара онлайн-экскурсией по своим заводам // Profibeer. URL: https://profibeer-ru.turbopages.org/profibeer.ru/s/beer/baltika-otmetila-den-pivovara-onlajn-ekskursiej-po-svoim-zavodam/ (дата обращения: 06.07.2021).

15. Автобусная экскурсия «Пивной Кёнигсберг» // Спутник. URL: https://www.sputnik8.com/ru/kaliningrad/activities/14151-avtobusnaya-ekskursiya-pivnoy-kyonigsberg?2020_12_activities_aat_2=b (дата обращения: 06.07.2021).

16. В Сочи для болельщиков открыли пивной маршрут // Гид путешественника. URL: http://fineworld.info/v-sochi-dlya-bolelshhikov-otkryli-pivnoj-marshrut/ (дата обращения: 06.07.2021).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 И «ВЕЛИКОЙ ПЕРЕЗАГРУЗКИ» НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МИРЕ

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC AND THE "GREAT RESET" ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE WORLD

УДК 338.48

В.В. Коваленко, *ведущий инженер, канд. экон. наук, kov-rus47@mail.ru*
Л.А. Давыдова, *инженер 1-й категории, lidad77@mail.ru*
Кафедра философии и методологии экономики Экономического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

V.V. Kovalenko, *Leading Engineer, candidate of economic Sciences, kov-rus47@mail.ru*
L.A. Davydova, *Engineer of the 1st Category, lidad77@mail.ru*
Department of Philosophy and Methodology of Economics, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: туристская отрасль; туризм в мире; российский туризм; пандемия COVID-19; «Великая перезагрузка»; корпоративный капитализм.

Keywords: tourism industry, tourism in the world, Russian tourism, the COVID-19 pandemic, the "Great Reset", corporate capitalism.

В последние годы многие экономисты высказывают мысль о том, что модель рыночного капитализма себя дискредитировала. Это подтверждается рядом экономических кризисов мирового хозяйства последних десятилетий. Один из них – финансовый кризис 2007–2008 годов. Второй год как объявленная пандемия COVID-19 со-

© Коваленко В.В., Давыдова Л.А., 2021

трясает все мировое сообщество. Клаус Шваб и Тьерри Малере в своей книге «COVID-19: Великая перезагрузка» поддерживают мысль об отказе от рыночной модели капитализма и переходе к корпоративной через «Великую перезагрузку». Одна из первых мировых ведущих отраслей, пострадавших от ограничительных мер вследствие пандемии COVID-19, – туристская отрасль.

In recent years, many economists have expressed the idea that the model of market capitalism has discredited itself. This is confirmed by a number of economic crises of the world economy in recent decades. One of them is the financial crisis of 2007-2008. The covid-19 pandemic has been shaking the entire world community for the second year since it was announced. In their book "Covid-19: The Great Reset", Klaus Schwabe and Thierry Mahler support the idea of abandoning the market model of capitalism and moving to the corporate one through the "Great Reset". One of the world's first leading industries affected by restrictive measures as a result of the covid-19 pandemic is the tourism industry.

Второй год пандемия COVID-19 сотрясает все мировое сообщество. Одна из первых ведущих мировых отраслей, которая от нее пострадала, – это туристская отрасль. Туризм – это прежде всего передвижение человека с определенной целью как внутри страны, так и между странами. Без передвижения людей активный туризм невозможен. В первые месяцы пандемии большинство стран закрыли свои границы для въезжающих иностранцев, а также запретили своему населению перемещаться внутри страны, и туризму пришлось уйти на «каникулы» на неопределенный срок. Бросается в глаза и то, что все произошло организованно и быстро. Предлагаемые меры по борьбе с COVID-19 «переворачивают» весь мир: тормозят развитие мирового хозяйства, во многих странах людям пришлось отказаться от своего бизнеса и разнообразных благ – все эти меры требуют обладания большой политической силой, огромным финансовым капиталом и др.

На земле существуют миллионы вирусов, известных – 6 тыс., один из которых – коронавирус. Коронавирус – это

целое семейство вирусов, включающее в себя 43 вида РНК, содержащих вирусы и объединенных в два подсемейства (данные на май 2020 года). Впервые коронавирус был обнаружен в 1965 году. Из всех случаев ОРВИ в мире 20% принадлежит коронавирусу. COVID-19 – инфекционное заболевание, вызванное новыми видами коронавирусов. Существует несколько версий происхождения COVID-19. Одна из них – люди в Китае заразились от летучих мышей. Позже было сообщено, что утечка этого вируса произошла из лаборатории г. Ухань (Китай), где его изучали ученые. Однако прибывшая в г. Ухань для проработки такого предположения делегация ВОЗ не обнаружила утечки вируса из лаборатории. Другая версия: с большой степенью вероятности вирус был создан в секретной военной лаборатории – армейском НИИ Уотера Ридо в форте Детри, где велись работы с коронавирусом.

Еще задолго до начала пандемии рядом авторитетных экономистов было высказано мнение, что современная модель рыночного капитализма не отвечает требованиям мирового хозяйства, она стала «пробуксовывать». Это суждение подтверждается рядом экономических кризисов. Одним из последних был финансовый кризис 2007–2008 годов. Дискредитация современной модели рыночного капитализма также была высказана в книге основателя Всемирного экономического форума в Давосе Клауса Шваба и журналиста Тьерри Малере «COVID-19. Великая перезагрузка». Книга вышла в июле 2020 года. С идеей «Великой перезагрузки» Клаус Шваб выступал с 2015 года. На высоком уровне он эту идею озвучил в июне 2020 года на видеоконференции, на которой присутствовали принц Чарльз, генеральный секретарь ООН Антониу Гутерреш, исполнительный директор МВФ Кристалина Георгиева и др. В книге отмечается, что в современном мировом хозяйстве все чаще приходится применять командно-административные методы управления. Авторы высказывают идею отказа от современной модели капитализма и перехода мирового хозяйства через «Великую перегрузку» к «инклюзивному капитализму» (корпоративному капитализму), когда управление мировым хозяйством осуществляют несколько десятков суперкорпораций, которые контролируют ряд сегментов экономики, управляемых командно-адми-

нистративными методами. Аналогичная модель капитализма уже была в Германии, в третьем рейхе, но она существовала в одной стране, а авторы книги предлагают такую экономическую систему для всего мира. Они объясняют свое предложение тем, что окружающий нас мир сильно изменился, он стал более взаимозависим, произошел серьезный технологический прогресс, происходит реализация идеи глобализации, усложнения систем (из-за их нелинейности), скорость жизни повысилась, все движется быстрее, чем раньше (это явление эксперты называют «диктатурой срочности») и др. Все это толкает на изменения мирового хозяйства. Клаус Шваб и Тьерри Малере предполагают, что для изменения управления мировым хозяйством заинтересованными лицами и была организована пандемия COVID-19, которая явилась как бы пусковым механизмом начала «Великой перезагрузки» и спровоцировала небывалый мировой экономический кризис. Авторы книги считают, что пандемия COVID-19 ускорит изменения, которые назрели в обществе: частичный отход от глобализации, усиливающиеся разногласия между США и Китаем, рост национализма, нарастающий страх перед иммиграцией людей из Африки, Ближнего Востока и др. [1, с. 12]. Объявленная пандемия может привести к экономическому разрушению мироздания, нестабильности и неопределенности в экономическом развитии, социальном, геополитическом, экологическом направлениях и др.

Идея «Великой перезагрузки» состоит в том, чтобы заменить старую модель рыночного капитализма на новую – корпоративного капитализма. Методология этой идеи заключается в создании нескольких десятков мировых корпораций, которые будут управлять мировым хозяйством, используя командно-административные методы управления. Сегодня можно привести прототипы таких компаний – Amazon, Apple, Google, Microsoft, Facebook и др. [1, с. 5]. Обычные люди – люди малого, среднего и большого бизнеса, не входящие в гигантские корпорации, сверхкорпорации – оказывают «Великой перезагрузке» большое сопротивление. «Великая перезагрузка», которая взяла старт с начала пандемии COVID-19, серьезно повлияет на социально-экономическое устройство мира. Одна из первых пострадавших отраслей мирового хо-

зяйства – это туристская отрасль. Туризм занимал до пандемии третье место среди экспортно-ориентированных отраслей экономики, в 2019 году на него приходилось 7% мировой торговли [2, с. 3]. Доходы от мирового туризма на начало 2020 года достигали 5,7 трлн долларов США. В туризме работали 319 млн человек [3, с. 1]. По данным ЮНВТО, с января по август 2020 года, в начале пандемии, число международных туристских прибытий в мире сократилось на 700 млн (на 70%) [2, с. 4]. По итогам 2020 года Ростуризм оценил убытки отрасли в нашей стране в 2,1 трлн руб. [3, с. 3], хотя до пандемии, по данным Росстата, в 2019 году был отмечен рост на 6,3% числа лиц, размещенных в гостиницах и прочих коллективных средствах размещения (КСР).

Введение карантинных ограничений из-за COVID-19 оказало отрицательное воздействие на туризм как в России, так и во всем мире, так, например, это отразилось как на деловом, так и на развлекательном его сегментах. На самоизоляции оказались 3,38 млрд людей в 78 странах, многие турагентства и часть туроператоров прекратили свою деятельность [4, с. 1]. Серьезно пострадали смежные с туризмом отрасли: авиаперевозки, культура, досуг и развлечения, спорт, гостиничный бизнес, общественное питание, компании, представляющие бытовые услуги. По данным Росстата, въездной поток иностранных граждан в Россию с января по сентябрь 2020 года сократился на 77% в годовом выражении. Из них, по данным пограничной службы ФСБ России, лишь 0,33% (12,9 тыс. человек) прибыло с целью туризма [2, с. 13]. В мире больше всего туризм пострадал в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), где с января по август 2020 года число туристских прибытий сократилось на 79%, далее следуют Ближний Восток и Африка (69%), Европа (68%), Америка (65%) [2, с. 3]. За этот же период в мире упали доходы от экспорта туристских услуг на 730 млрд долларов США [2, с. 4]. ЮНВТО предсказывает возможное дальнейшее снижение мирового ВВП еще на 1,5–2%, а число международных туристских прибытий сократится на 58–78% [2, с. 4–5].

Пандемия COVID-19 значительно повлияла на развитие российского туризма. До пандемии в 2019 году в России объем платных туристских услуг населению вырос на 4,5%

и составил 179,8 млрд руб. Если сравнить количество реализованных турпакетов в России с 2016 по 2019 год, то этот показатель увеличился на 2 млн и составил 5,3 млн, что на 59,4% больше. За этот же период времени у нас в стране средняя стоимость зарубежного турпакета выросла на 13,8% – с 90,9 до 103,5 тыс. руб., а цена турпакета внутреннего туризма снизилась на 9,3% – с 36,4 до 33,0 тыс. руб. [2, с. 7–8]. В 2019 году число лиц, размещенных в гостиницах, составило 76 млн человек, включая 10 млн иностранцев, что больше чем в 2018 году на 6,5% [2, с. 8]. Введение карантинных ограничений сильно ударило по развитию российского туризма – внутреннего, выездного, въездного. За 10 месяцев 2020 года внутренний туризм для российского населения подорожал в среднем на 1,7% в годовом выражении, а из-за карантинных ограничений и закрытия границ во многих странах мира цены на услуги зарубежного туризма в мае – октябре 2020 года продолжали снижаться в среднем на 1,6% [2, с. 5]. Объем входящих платежей в отечественный туризм в мае 2020 года отставал от докоронавирусной «нормы» примерно на 90%, к концу августа 2020 года – на 54% [5, с. 1]. Число ночевок в КСР в январе – сентябре 2020 года составляло 122,5 млн, оно сократилось на 43,5% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года и на 43,7% по сравнению с январем – сентябрем 2019 года [2, с. 9]. Число россиян, размещенных в КСР, в годовом выражении упало на 39,3%, а иностранцев – на 70,4% [2, с. 9].

Большую помощь в поддержке российского внутреннего туризма оказывает правительство страны. Для граждан России была предложена акция «Туристский кешбэк» – возвращение российским путешественникам части расходов на покупку туров по России и бронирование билетов. На первом этапе этой программы правительством страны было выделено 15 млрд руб. [2, с. 3] Первый этап длился с 21 по 28 августа 2020 года, туристами было использовано только 1,4 млрд руб. Неосвоенные бюджетные средства были перенаправлены на 2021 год [2, с. 10]. При первом этапе программы кешбэк составлял: при покупке тура от 75 тыс. руб. – 15 тыс. руб., от 50 до 74,9 тыс. руб. – 10 тыс. руб., от 25 до 49,9 тыс. руб. – 5 тыс. руб. [2, с. 9]. Обязательное условие программы «Ту-

ристский кешбэк» – при покупке тура необходимо было использовать платежную систему «Мир». Второй этап этой программы длился с 15 октября по 5 декабря 2020 года, и им воспользовались 300 тыс. человек. Максимальный возврат денег составил 20% от стоимости турпакета, но не более 20 тыс. руб. Минимальный размер путевки не ограничивался [2, с. 10]. Продолжение программы происходило с 18 марта по 15 июня 2021 года.

Большую поддержку наш внутренний туризм получил после Послания Президента РФ Федеральному собранию в апреле 2021 года, в котором он предложил: «Чтобы как можно больше людей смогли укрепить здоровье в санаториях и на курортах, предлагаю по меньшей мере до конца года продлить программу, по которой гражданину возвращаются 20% его затрат на туристические поездки по России» [6, с. 1]. Благодаря этой программе и снятию ограничений на перемещение людей в России удалось активизировать развитие внутреннего туризма. В последнее время у нас стал восстанавливаться и въездной туризм. До пандемии с 2017 по 2019 годы наблюдался устойчивый рост количества выездов российских туристов за границу. Если в 2017 году наши граждане совершили 39,6 млн поездок за границу, то в 2019 году их было 45,3 млн, т.е. число поездок выросло на 8% [2, с. 11]. Самыми популярными направлениями в этот период были Шри-Ланка, Бахрейн, Сербия, Куба, Мальдивы.

После начала пандемии COVID-19 произошел резкий спад поездок наших граждан за границу. Импорт услуг категории «поездки» в январе – ноябре 2020 года составил 8,3 млрд долларов США, это ниже, чем за аналогичный период предыдущего года на 74,8%. За январь – октябрь 2020 года поток наших туристов сократился на 71,9% и составил 9,9 млн человек, а популярными направлениями для наших граждан стали Абхазия, Турция, Украина, Финляндия, Казахстан [2, с. 12]. Начало пандемии показало, как противоковидные мероприятия, всевозможные ограничения разрушают такую отрасль, как туризм. Например, в январе – сентябре 2019 года в Абхазию было совершено россиянами 3855 тыс. поездок, а в январе – сентябре 2020 года – 1856 тыс. поездок, т.е. число поездок сократилось на 51%. В Турцию за этот период

времени в 2019 году было 5675 тыс. поездок, в 2020 году – 1350 тыс. (–76,1%), в Италию – 1012 тыс. против 187 тыс. поездок (–81,5%); в Китай – 1712 тыс. против 142 тыс. поездок (–91,7%), в Испанию – 846 тыс. против 110 тыс. поездок (–86,9%) [2, с. 13]. С открытием Россией в 2021 году границ с Турцией и Египтом поток наших туристов в эти страны стал восстанавливаться быстрыми темпами. Пандемия COVID-19 и ограничительные меры сократили поток иностранных туристов в Россию. В январе – сентябре 2020 года по сравнению с 2019 годом сократился поток иностранных туристов в Россию на 73,0% в годовом выражении, что составляет 5,1 млн человек, и из них только 0,33% (12,9 тыс. чел.) этого потока посетили страну с целью туризма [2, с. 13]. Наибольшее сокращение пришлось на поток туристов из Мексики. Число туристов сократилось на 96,1% в годовом выражении и составило 0,9 тыс. человек; из Австрии – снижение на 95,5%, или 2,3 тыс. человек; из Китая – снижение на 95,0%, или 79,2 тыс. человек. Из 20 ведущих стран по въездному туризму в Россию в январе – сентябре 2019 года были совершены 19 064 поездки, а за тот же период 2020 года всего – 5147,4 тыс. поездок, т.е. количество поездок сократилось на 73,0% [2, с. 13].

«Великая перезагрузка», которая была запущена с начала пандемии COVID-19 и принятые жесткие противоэпидемиологические меры нанесли сильный удар по развитию, существованию туризма в мире, в результате этого туристская отрасль потеряла сотни миллиардов долларов, миллионы рабочих мест. Каждое государство в силу своих финансовых возможностей помогает своей туристской отрасли. В России, кроме туристского кешбэка, государством оказывается и другая помощь этой отрасли. Например, были выделены 3,5 млрд руб. на субсидии туроператорам для возмещения убытков, связанных с авиаперевозками и др. [7, с. 2]. На портале Российских общественных инициатив предлагается комплекс мер по развитию российского туризма в условиях пандемии COVID-19. Несколько примеров:

1. Предлагается проводить гибкую визовую политику, в одностороннем порядке отменить визы для граждан развитых стран, таких как Австралия, Австрия, Бельгия, Болгария,

Германия, Дания, Испания, Канада, Норвегия, Польша, Словакия, США, Франция, Швеция и др.

2. Необходимо в гостиничном хозяйстве повысить качество сервиса гостиничных услуги др. [8, с. 6].

3. Улучшить транспортную инфраструктуру, т.е. ввести режим «открытого неба» для всех регионов, где есть аэропорты с потоком пассажиров менее 5 млн человек в год, и в дальнейшем для всех аэропортов страны, обеспечить транспортную доступность природных туристских ресурсов и другие меры [8, с. 11].

Кроме инициатив государства и российской общественности по выводу из кризиса туристской отрасли, в нашей стране появились активные, креативные, с гибким мышлением представители туристского сообщества, которые ищут и находят разные способы поддержки туризма в России. Например, создаются возможности выхода на туристский рынок цифровых стартапов travel tech, создающие новые направления в туризме для индивидуальных туров, международного сотрудничества, инклюзивного и устойчивого роста отрасли. В частности, Комитет по туризму г. Москвы совместно с туристским сообществом в апреле 2020 года организовал более 700 отраслевых онлайн-интенсивов, которые прослушали более 4 тыс. сотрудников турагентств, отелей и авиакомпаний из России и СНГ и представителей региональных администраций и туристских офисов.

Мостуризм во время жестких антиковидных мероприятий за период с марта по май 2020 года создал и запустил ряд крупных онлайн-проектов для поддержки турбизнеса, развития инновационных предложений и новых форматов путешествий. Для этого Moscow Travel Hub организовал деловую площадку для туристского бизнеса г. Москвы, где проходят онлайн-переговоры, проводится обучение и совместно разрабатываются инновационные туристские предложения. Примером удачного запуска этих проектов могут служить два из них – это акселератор «Фабрика туристских продуктов и сервисов» и хакатон Moscow Travel Hack, который является вторым масштабным хакатоном по теме цифровизации индустрии туризма и гостеприимства г. Москвы. Использование в туризме онлайн-платформы дает возможность бронировать место

отдыха, билеты к месту отдыха туда и обратно, проживание и досуг. Во время ковидных ограничений онлайн-платформа дает возможность виртуально путешествовать по городам и музеям мира. В марте 2020 года в Москве начала работать медиаплатформа «Москвастобой», которая позволяет каждому желающему из любой точки мира бесплатно путешествовать по всем достопримечательностям столицы России, слушать интересующие лекции и т.д. Реализация предложенных выше мероприятий будет способствовать постепенному восстановлению туриндустрии в России.

Литература и источники

1. Шваб К., Маллере Т. COVID-19: Великая перезагрузка. Колоньи, Женева, Швейцария, 2019.

2. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19 // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. 2020. № 68.

3. Ростуризм оценил убытки отрасли по итогам года в 2,1 трлн руб. // РБК. URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5fdfe55e9a79474aa1b1d21d

4. Дмитрий Скворцов: «Мировая туристическая отрасль – жертва COVID-19» // Открытие Брокер. URL: https://journal.open-broker.ru/research/mirovaya-turisticheskaya-otrasl-zhertva-covid-19/

5. Мониторинг отраслевых финансовых потоков. URL: https://arb.ru/upload/iblock/4ed/finflows_20200910.pdf

6. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 21.04.2021. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_382666/

7. Ключевская Н. Туризм 2020 и COVID-19: Туристская отрасль в условиях пандемии и после нее. URL: http://www.e-gorod.ru/Documents/meropr/2020!/2020_09_21_turizm/turizm_%202020_%20Covid-19.pdf

8. Общественная инициатива № 77 Ф 66688 «Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19». URL: https://www.roi.ru/66688/

МЕГАСОБЫТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СПОРТИВНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ПОСТСОБЫТИЙНЫЙ ПЕРИОД

MEGAEVENTS AND PROSPECTS FOR THE USE OF SPORTS INFRASTRUCTURE AT THE POST-EVENT PERIOD

УДК 7.092:338.48

К.В. Кружалин, *доцент, канд. геогр. наук, kvkmsu@gmail.com*
А.А. Туркина, *студент 1-го курса магистратуры, a_turkina@mail.ru*
Кафедра рекреационной географии и туризма
Географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова,
г. Москва, Россия

K. Kruzhalin, *Associate Professor, PhD, kvkmsu@gmail.com*
A. Turkina, *1st year Master's Student, a_turkina@mail.ru*
The Department of Recreation Geography and Tourism,
Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia

Ключевые слова: крупномасштабные мероприятия; мегасобытия; дестинация; спортивная инфраструктура; постсобытийный этап; эффективность; Олимпийские игры; чемпионат мира.

Keywords: mega-events; largescale activity; destination; sports infrastructure; post-event period; effectiveness; Olympic Games; FIFA World Cup.

Рассмотрены основные подходы к определению понятия «мегасобытие» на основе работ М. Роше, У. Дженнингса и др., выявлены характерные черты крупномасштабных мероприятий. Проведен анализ основных путей использования «олимпийского наследия» на постсобытийном этапе, выделены стратегии управления данными объектами.

© Кружалин К.В., Туркина А.А., 2021

The authors explore the main approaches to the definition of the concept of "mega-events" based on the works of M. Roche, W. Jennings and others, characteristic features of large-scale events were found. Also, the main ways of using "Olympic heritage" at the post-event period were analyzed, strategies for managing these objects were highlighted.

Организация событийных мероприятий, имеющих мировой масштаб, является одной из отличительных черт современного общества. На протяжении истории к таким мероприятиям было приковано общественное внимание, которое многократно усилилось с появлением средств теле- и радиовещания.

Проведение мероприятий независимо от их масштаба и тематики является ключевым звеном в организации и развитии не только событийного туризма, но и других более узконаправленных видов туризма. Такие события могут быть разного уровня, привлекать один или несколько потребительских сегментов и оказывать разной степени влияние на туристскую дестинацию. Так, можно выделить четыре группы событийных мероприятий: локальные, региональные, периодические знаковые и масштабные. К последнему типу относятся события, имеющие мировой уровень – мегасобытия. Они отличаются своей массовостью и значимостью для всех участников.

В настоящий момент мегасобытия в первую очередь связаны со спортивными соревнованиями, корни которых уходят еще во времена древних цивилизаций – первые Олимпийские игры в Древней Греции, гладиаторские бои в Древнем Риме и т.д. Тем не менее существуют и другие типы крупных мероприятий, которые обладают признаками мегасобытий, а значит, косвенно могут относиться к ним: различные международные выставки (Всемирная туристская выставка World Travel Market в Лондоне – 50 тыс. чел. в 2018 году [16] и др.), крупные фестивали (Венецианский карнавал – 150 тыс. чел. в 2017 году [15], музыкальный фестиваль Коачелла – 250 тыс. посетителей в 2017 году [14]), политические мероприятия (саммиты, съезды) и пр.

В отечественной и зарубежной литературе не существует единого подхода к определению термина «мегасобытие». Чаще всего используют исследования М. Роше, который

предлагает относить к мегасобытиям крупномасштабные соревнования международного значения, имеющие высокоэмоциональный характер и привлекающие широкий интерес и массовое общественное внимание [6]. Другие авторы, такие как У. Дженнингс и Дж. Хорн, описывая мегасобытия, делают упор на состязательный характер и выполнение определенных экономических задач [5]. Важно отметить, что мегасобытия обладают элементами драматичности и неожиданности, так как их финал невозможно предсказать. Этим они вызывают большой интерес как у зрителей, так и у самих участников.

Необходимо отделять мегасобытия от других не менее популярных среди мировой аудитории мероприятий – календарных, т.е. событий, проводимых регулярно на одной и той же территории [5]. Примером таких мероприятий могут стать футбольные чемпионаты некоторых европейских стран – английская Премьер-лига, испанская Ла-лига, или итальянская Серия А. Эти крайне популярные на международном уровне события имеют влияние на изменение социальной среды, но не воздействуют (в значительной степени) на городскую инфраструктуру, хотя могут инициировать крупные строительные проекты. Например, в рамках испанского футбольного чемпионата был построен самый крупный стадион в Европе «Камп Ноу» вместимостью 99 354 чел. [13]. Матчи английской футбольной Премьер-лиги (АПЛ) являются наиболее посещаемыми на стадионах и одновременно просматриваемыми с помощью телерадиовещания. 2020 год внес свои коррективы в проведение матчей на стадионах: долгое время игры проводились при пустых трибунах, затем допускалось фиксированное количество посетителей от общей вместимости стадиона – до 50%. В связи с чем не отмечается рекордная посещаемость, как, например, в предыдущем сезоне, а на первый план выходит телеохват. Статистические данные показывают, что в домохозяйствах 188 стран ежемесячно просматривают матчи АПЛ. Стоит также обратить внимание на вклад Лиги в социальную среду страны. Согласно отчету пресс-центра АПЛ в сезоне 2019/20 Лига способствовала созданию 100 тыс. рабочих мест, внедрила в 17,9 тыс. школ на территории всей страны бесплатные программы для обучения школьников по разным направлениям [11].

Мегасобытия также имеют регулярный характер (Олимпийские игры, как и чемпионаты мира по футболу, например, проводятся раз в четыре года), но отличительной чертой таких событий от календарных является смена места проведения, а также непродолжительный характер. Они, как правило, проводятся в одном или нескольких городах страны и требуют от страны-организатора больших инвестиций в инфраструктуру, логистику и обеспечение безопасности.

Весь процесс по подготовке, проведению и извлечению выгод из мегасобытия с увеличением экономической, политической и прочих активностей можно назвать деловым олимпийским циклом, средняя продолжительность которого – 11 лет. С небольшой долей условности олимпийский цикл может быть разделен на три этапа:

- подготовительный этап (9 лет);
- этап проведения (до 0,1 года);
- постсобытийный этап (1–2 года).

На подготовительном этапе для обеспечения необходимой инфраструктурой в рамках национальной или региональной политики трансформируется городское пространство. Градостроительное планирование территории происходит с учетом необходимости возведения сопутствующей мегасобытию инфраструктуры, что значительно влияет на изменение городской среды. Так, в рамках крупных событийных мероприятий не только появляются новые стадионы, но и возводятся или модернизируются аэропорты, транспортные узлы, инженерно-технические сооружения, объекты туристской инфраструктуры и т.д. В связи с чем появляется понятие «наследия» мегасобытий, которое имеет пролонгированное воздействие на разные сферы жизнедеятельности в дестинации [5]. На постсобытийном этапе реализуются программы использования всей мегасобытийной инфраструктуры. Встает вопрос окупаемости, поднимаются главные экономические и социальные проблемы и ведется поиск путей их решения.

Выбор неправильной политики управления объектами, возведенными для проведения мегасобытия, на постсобытийном этапе может привести к большим затратам, которые, как правило, ложатся на региональный бюджет.

Появление новых масштабных объектов привлекает крупные инвестиционные потоки, в связи с чем подготовку и реализацию мегасобытия можно считать мегапроектом. Мегапроекты – инвестиционные проекты крупного масштаба (свыше 1 млрд долл.), имеющие глобальный характер. Они, как правило, оказывают пролонгированное влияние на экономику. Возведение спортивной инфраструктуры, определение путей ее использования на постсобытийном этапе, выработка стратегий по продвижению и привлечению посетителей являются компонентами именно таких мегапроектов.

В первую очередь при разработке плана дальнейшего использования спортивной инфраструктуры оценивают расходы, понесенные организатором на ее возведение. В таблице приведены затраты на возведение олимпийских мегапроектов в 2000–2018 годах.

Таблица

Расходы на реализацию олимпийских мегапроектов в 2000–2018 годах (сост. по [3])

Место проведения (год)	Совокупные расходы (млрд долл.)	Расходы на спортивную инфраструктуру (млрд долл.)
Летние Олимпийские игры		
Сидней (2000)	3,4	1,7
Афины (2004)	13,8	4,5
Пекин (2008)	46,7	1,8
Лондон (2012)	17,5	15
Рио-де-Жанейро (2016)	18	4,6
Зимние Олимпийские игры		
Солт-Лейк-Сити (2002)	2	2,5
Турин (2006)	4,1	3,4
Ванкувер (2010)	2,5	1,9

Окончание табл.

Место проведения (год)	Совокупные расходы (млрд долл.)	Расходы на спортивную инфраструктуру (млрд долл.)
Сочи (2014)	51	9,18
Пхёнчхан (2018)	12,9	11
Чемпионат мира по футболу		
Япония и Республика Корея (2002)	8,1	4,4
Германия (2006)	7,7	2,3
ЮАР (2010)	5,2	2,3
Бразилия (2014)	11,6	4,0
Россия (2018)	12,6	4,5

Анализ показателей, приведенных в таблице, демонстрирует, что основные затраты при подготовке к проведению мегасобытий приходятся на улучшение городской инфраструктуры, а не на строительство спортивной. Тем не менее именно спортивная инфраструктура является ключевым звеном определения эффективности проведенного мероприятия. Главными показателями эффективности использования спортивной инфраструктуры являются срок окупаемости и внутренняя норма доходности. В мировой практике можно встретить достаточно примеров того, как Олимпийские игры кардинально меняют городскую среду, инфраструктуру и экономику страны-организатора. Однако исследования показывают, что влияние Игр проявляется только спустя 3–5 лет по завершении мегасобытия, т.е. на постсобытийном этапе наступает период ожидания, исход которого зависит от проводимой политики.

Наиболее успешными считаются летние Олимпийские игры в Лондоне в 2012 году: срок их окупаемости составил менее двух лет. Уже в первый год прибыль составила 9,9 млрд долл., причем около половины составили доходы от аренды спортивных объектов [3]. Олимпиада в Лондоне стала при-

мером рационального подхода к строительству спортивных объектов. Так, использовались временные сооружения, которые впоследствии были демонтированы, а капитальные сооружения были сданы в долгосрочную аренду крупным концернам. Китайский опыт использования спортивной инфраструктуры заключается в превращении сооружений в объекты туристского показа. Например, «водный клуб», предназначенный для соревнований по водным видам спорта, превратился в уникальный аквапарк, а для остальных объектов организуют массовые экскурсии, в основном на внутреннем туристском рынке [4].

Проведение чемпионатов мира по футболу также оставляет после себя большое количество спортивных объектов, основная часть которых числится на балансе правительства страны-организатора. Хозяйками ЧМ-2002 стали сразу две страны – Япония и Республика Корея, такой опыт проведения мундиаля на территории нескольких государств был отмечен впервые. В этих странах не сформировано сильных футбольных традиций, а значит, они не обеспечены в полной мере нужной инфраструктурой, в связи с чем этот турнир стал наиболее дорогим по статье затрат на спортивные объекты: расходы на стадионы составили 4,4 млрд долл. [3]. Но проведение турнира на территории двух государств позволило снизить совокупные расходы каждого из них.

Также стоит отметить, что фактические затраты во всех случаях превышают планируемые, причем чаще всего основные расходы ложатся на региональный и федеральный бюджеты. Примером наибольшей доли государственных вложений является ЧМ-2014 в Бразилии: 83% от всех инвестиций. Из 12 построенных стадионов восемь эксплуатируются местными футбольными клубами, для покрытия затрат на содержание многие из них выступают в роли концертных площадок. С момента строительства и по сегодняшний день все объекты являются убыточными, некоторые стадионы вовсе заброшены, а стадион им. Мане Гарриничи используется как стоянка для автобусов. Нерациональные расходы на проведение ЧМ послужили катализатором для экономического кризиса в стране в 2015 году. Олимпийские объекты Ванкувера, Турина и Афин также оказались заброшены после сорев-

нований в связи с невостребованностью в дестинациях такого объема спортивной инфраструктуры. В Канаде содержание таких объектов, например олимпийской деревни, легло на городской бюджет. В связи с чем местным властям пришлось экономить на здравоохранении и мероприятиях в сфере культуры. В Турине (Олимпиада 2006 года) многие объекты, в том числе «Паласпорт Олимпико», также превратились в статью убытков для города. Таким образом, на постсобытийном этапе есть вероятность возникновения проблемы появления так называемых «белых слонов».

Мировая практика указывает на то, что большинство стадионов, построенных для чемпионатов мира, используется футбольными клубами в рамках игр местных чемпионатов. Однако не все из них способны обеспечить полную заполняемость во время матчей и, как следствие, прибыль, достаточную для поддержания их функционирования. Таким образом, перед владельцем объекта стоит вопрос поиска путей, способствующих его окупаемости, помимо футбола. Одним из направлений решения этой проблемы является привлечение посетителей с помощью культурно-развлекательных мероприятий (концертов, фестивалей), размещение на территории стадиона музея, посвященного мундиалю. Также существует возможность сдачи в аренду части недвижимости с целью перепрофилирования в деловые центры, магазины, фитнес-клубы и т.д. Согласно мнению некоторых экспертов, спортивная инфраструктура, специализирующаяся на одном виде спорта (футбол, хоккей и т.д.), является менее прибыльной, чем многофункциональные комплексы разной направленности. Наиболее значимой с точки зрения выгод составляющей таких объектов считаются фитнес-центры и бассейны, нацеленные на широкую аудиторию.

При разработке стратегии дальнейшего использования спортивной инфраструктуры на этапе подготовки мегасобытия необходимо учитывать региональные особенности организатора (численность населения, покупательскую способность, спортивные традиции). Российский опыт эксплуатации стадионов основывается на «Концепции наследия Чемпионата мира по футболу», которая определяет их использование как в качестве домашних арен местных команд (кроме стади-

она «Лужники» в Москве), так и многофункциональных объектов с проведением непрофильных мероприятий. Например, стадион «Открытие Арена» в Москве, помимо места проведения домашних матчей футбольного клуба «Спартак Москва», функционирования музея и специализированного магазина, с 2019 года стал площадкой для проведения свадебных церемоний. При эксплуатации стадиона «Ак Барс Арена» в Казани используется концепция «“Ак Барс Арена” – не просто футбольный стадион, это настоящий мегаполис», в рамках которой объект выступает локацией для проведения спортивных, развлекательных, культурно-познавательных, гастрономических и деловых мероприятий на основе сдачи в аренду помещений стадиона. На арене с 2017 года проводится крупный фестиваль ARENALAND, нацеленный на привлечение прогрессивной молодежи со всей республики и из ближайших регионов. Ежегодно фестиваль посещает около 20 тыс. человек [12].

Проведенный анализ зарубежных и отечественных примеров использования спортивной инфраструктуры позволяет выделить несколько моделей:

- перепрофилирование спортивных объектов;
- сдача в долгосрочную аренду частным компаниям;
- разбор на материалы для строительства других объектов;
- спортивная инфраструктура – изначально собственность частных компаний.

В отношении крупномасштабных мероприятий применяют термин «олимпийское наследие». Это емкое понятие, включающее в себя материальные и нематериальные блага, появившиеся в связи с проведением мегасобытий. Выделяют шесть основных групп олимпийского наследия: спортивные, инфраструктурные, экономические, информационно-образовательные, общественно-культурные, историко-символические [1]. С точки зрения создания конкурентных преимуществ в месте проведения рассматривают именно развитие спортивных объектов на постсобытийном этапе, в первую очередь в связи с повышением туристской привлекательности. Процесс использования олимпийского наследия ориентирован на интегрирование «олимпийского продукта» в классический региональный туристский продукт. Таким образом, в дести-

нации появляется новый «постолимпийский туристский продукт», имеющий собственные концептуальные особенности. С одной стороны, он ориентирован на массовое привлечение посетителей, с другой – создание такого продукта происходит в течение длительного периода, что не позволяет сразу с момента окончания мегасобытия эффективно использовать спортивную инфраструктуру.

Перед дестинацией, принимающей мегасобытие, на постсобытийном этапе стоит задача продления «олимпийского эффекта» путем поддержания интереса к месту проведения крупных спортивных соревнований. Существует несколько стратегий управления олимпийским наследием:

- поддерживающая стратегия, при которой инфраструктура используется по своему прямому назначению, для управления наследием создаются специализированные отделы;
- территориально-ориентированная стратегия, направленная на решение проблем постсобытийного этапа, базирующаяся на использовании инфраструктуры для удовлетворения потребностей территории с учетом ее социально-экономических особенностей;
- проектная стратегия, предполагающая проведение реконструкции спортивных объектов, продлевающая «мегасобытийный эффект»;
- смешанная стратегия, представляющая собой мультиинструмент, включающий разные стратегические решения и учитывающий конъюнктуру рынка и основные факторы территориального развития.

Применение последней стратегии характерно для большинства столиц мегасобытийных мероприятий, поскольку она направлена на увеличение продолжительности «олимпийского эффекта» в рамках меняющейся ситуации на рынке. При реализации смешанной стратегии проводится анализ различных возможностей использования мегасобытийной инфраструктуры, в том числе в туристских целях, на основе которого происходит выработка комплекса отдельных решений по каждому объекту. Стоит отметить, что Сочи-2014 служит примером эффективного внедрения мегасобытийного наследия в турпродукт. В Краснодарском крае в 2015 году на законодательном уровне было введено понятие «олимпийский

туризм», который определяется как разновидность туризма, ориентированная на ознакомление с олимпийскими объектами, расположенными на территории региона [2].

Среди наиболее перспективных направлений использования олимпийского наследия выделяют проведение крупных спортивных и деловых событий на базе построенной инфраструктуры, т.е. формирование спроса на круглогодичный событийный туризм, использующий весь потенциал постсобытийного этапа мегасобытия. Включение спортивной инфраструктуры в региональный туристский продукт с учетом потребностей целевых групп посетителей способствует продвижению олимпийского наследия, продлевая социально-экономический эффект от проведения мегасобытия.

Таким образом, стоит отметить, что мегасобытие оказывает существенное влияние на изменение городского пространства, что повышает уровень жизни населения в месте его проведения: улучшаются транспортные, коммунальные, информационные сети, появляются новые точки роста, вызывающие интерес как у местных жителей, так и туристов. Однако при планировании проведения крупномасштабного события необходимо на подготовительном этапе разработать концепцию дальнейшего развития дестинации и использования всех возведенных инфраструктурных объектов, для того чтобы мегасобытие не стало бременем для местной экономики.

Литература и источники

1. Бобина Н.В. Олимпийский туризм: определение и классификация // Известия СГУ. 2015. № 3. С. 69–74.

2. О туристской деятельности в Краснодарском крае: закон Краснодарского края от 25.10.2005 № 938-КЗ (с изм. и доп.).

3. Котляров М.А. Мегаспортивные мероприятия и развитие территории (работы зарубежных авторов) // АМБ. 2015. Ч. 1. С. 132.

4. Митрофанова И.В. О драйверах регионального развития и «белых слонах» российского олимпийского мегапроекта «Сочи 2014» // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 31. С. 32–39.

5. Пасынкова В.В. Олимпийские игры в процессе глобальной спортизации: сравнительный анализ мегасобытий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16. С. 54–70.

6. Roche M. Mega-Events and Social Change: Spectacle, Legacy and Public. Manchester: Manchester University Press, 2017. 329 p.

7. Smith A. After the Circus Leaves Town: The Relationship between Sports Events, Tourism and Urban Regeneration // Tourism, Culture and Regeneration / ed. M.K. Smith. CABI, 2006.

8. Smith A. Megaeventos Deportivos y Desarrollo Urbano // Megaeventos Deportivos – Perspectivas Cientlficas y Estudios de Casos / ed.R.L. Goig. Barcelona: Editorial UOC, 2012.

9. Teigland J. Mega-events and impacts on tourism; the predictions and realities of the Lillehammer Olympics // Impact Assessment and Project Appraisal. 2012. P. 305–317.

10. Waitt G. Playing Games with Sydney: Marketing Sydney for the 2000 Olympics // Urban Studies. 1999. № 36 (7). P. 1055–1077.

11. Отчет пресс-центра английской Премьер-лиги. URL: https://resources.premierleague.com/premierleague/document/2020/08/24/ac9b6c8e-905e-4bea-9cca-63a4f17479c4/Premier-League-Review-201920.pdf (дата обращения: 16.03.2021).

12. Официальный сайт стадиона «Ак Барс Арена». URL: http://kazanarena.com/ (дата обращения: 04.04.2021).

13. Официальный сайт испанской футбольной лиги La Liga. URL: https://www.laliga.com/en-GB (дата обращения: 29.03.2021).

14. Coachella Valley Music and Arts Festival. URL: https://coachella.com/ (дата обращения: 18.09.2021).

15. Tourism in Venice. URL: https://www.statista.com/topics/5979/tourism-in-venice/#topicHeader__wrapper (дата обращения: 21.09.2021).

16. WTM London. URL: https://www.wtm.com/ (дата обращения: 21.09.2021)

МАЛЫЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОТКРЫТИЯ: СЕМЕЙНЫЙ И ПДР-ТУРИЗМ

SMALL GEOGRAPHICAL DISCOVERIES: FAMILY AND VFR TOURISM

УДК 91 / 37 / 796.5

Н.В. Кузнецова, *научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма Географического факультета, nataliakuzn2007@yandex.ru*
В.В. Аршинова, *начальник информационно-статистического отдела, vkt.arshinova@gmail.com*
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

N.V. Kuznetsova, *Researcher, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, nataliakuzn2007@yandex.ru*
V.V. Arshinova, *Head of the Information and Statistical Department, vkt.arshinova@gmail.com*
Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: семейный туризм; туризм с целью посещения друзей и родственников (ПДР-туризм); малые географические открытия; эффекты от семейного туризма; наукометрический подход; психологические феномены; цивилизационное образование.

Keywords: family tourism; tourism for the purpose of visiting friends and relatives (PDR tourism); small geographical discoveries; effects from family tourism; scientometric approach; psychological phenomena; civilizational education.

На основе личных наблюдений и анализа научной литературы сделан обзор современного состояния семейного и ПДР-туризма: современное состояние, влияние на устойчивость региона, психологические ресурсы членов

© Кузнецова Н.В., Аршинова В.В., 2021

семьи, роль в цивилизационном образовании подрастающего поколения. Рассматриваются территориальные изменения региона как малые географические изменения; территориальные изменения оцениваются с точки зрения их пользы и вреда для путешествующих семей.

The author, on the basis of personal observations, analysis of scientific literature, makes an overview of the current state of family and PDR tourism: the current state, the impact on the stability of the region, the psychological resources of family members, the role in the civilizational education of the younger generation. The territorial changes of the region are considered as small geographical changes; territorial changes are assessed in terms of their benefits and harms for traveling families.

Период отпусков – самое благоприятное время для развития семейного туризма. Совместное времяпровождение, включенное в путешествие, благоприятно воздействует на семейный микроклимат, обогащая и оздоравливая его. Смысл семейных путешествий с глубокой древности и до наших дней неоднократно менялся.

В легендах и мифах разных народов мы встречаем первые упоминания о путешествиях. Стремление к поиску неведомых земель и исследованию дальних стран – в путешествиях отважных аргонавтов, в «Одиссее» Гомера, по следам родоначальника Рима, которому посвящена «Энеида» Вергилия, путешествиях Синдбада на корабле «Сохар», плаваниях полинезийцев. Вся мифология древности основана на реальных событиях и относится главным образом к тому времени, когда человечество еще не имело письменности, а лишь из уст в уста передавало предания глубокой старины. Благодаря изобретению письменности дошли до нас и древнейшие документальные свидетельства о крупнейших географических предприятиях древности. Так, около 596–594 годах до н.э. фараон Нехо, пытавшийся поднять утраченный престиж страны, приказал финикийским мореходам, находящимся у него на службе, обогнуть Африку с юга. В VI–VII веках сложилось повествование о плавании святого Брендана, открывшего Ирлан-

дию. Путешествуя по северным водам в поисках «обетованной земли», ирландские монахи открыли Оркнейские, Гебридские, Фарерские и Шетландские острова, Исландию, Гренландию и, возможно, достигли берегов Северной Америки.

Не только стремление к поиску неведомых земель и исследованию дальних стран побуждало бросать вызов судьбе и отправляться навстречу приключениям и опасностям. Вслед за отважными мужчинами шли их подруги, сестры, жены, их дети, так же мечтавшие о путешествиях и открытиях, как и их отцы. Люди всегда искали лучшие места для проживания. Скитались, чтобы уйти от эпидемий, от преследований недружественных племен. Стимулом к перемене мест становились войны и природные катастрофы, одним из свидетельств такого великого переселения стала библейская история о всемирном потопе, наступившем вследствие падения на Землю гигантского астероида.

От стихийных и экстремальных путешествий человечество постепенно начало переходить к осознанным и вполне организованным. Уже древние философы заметили, что перемена мест приносит не только новые эмоции, но и новые мысли, свежие идеи. Когда вы отходите от своей будничной жизни и ежедневной рутины, новые мысли приходят вам в голову. «Мир – это книга, и тот, кто не путешествует, читает лишь одну страницу», – говорил святой Августин. О путешествиях высказывались многие писатели, актеры, философы и древние мудрецы: лорд Байрон и Редьярд Киплинг, Марк Твен и Джек Лондон, Эрнест Хемингуэй и Рэй Брэдбери, Стивен Кинг и Агата Кристи, Пауло Коэльо и Джон Стейнбек, Генри Миллер и Альбер Камю, Карлос Кастанеда и Роберт Льюис Стивенсон, Анна Ахматова, Иван Бунин, Ганс Христиан Андерсен, Льюис Кэрролл, Константин Хабенский, Владимир Высоцкий, а также Далай Лама, Махатма Ганди, пророк Мухаммед, Лао-Цзы, Будда, Аристотель и многие другие оставили нам в наследство свои блистательные цитаты о путешествиях и приключениях [1].

Роберт Бенчли классифицировал путешествия очень просто: «Существует только два класса путешествий – первый и с детьми». Семейный туризм – это одна из форм внедомашнего досуга, которая имеет большое социальное и воспита-

тельное значение. Его особенность заключается прежде всего в том, что оздоровительные, воспитательные, нравственные задачи органически сочетаются с привлечением детей к систематическим занятиям туризмом, физкультурой, спортом, познанием. Под семейным туризмом мы понимаем временные путешествия семьи (с детьми или без) или группы, состоящей из нескольких семей, в местность, отличную от места постоянного жительства, совершаемые в свободное время [2].

Проблемы семейного туризма отражены в работах В.Ф. Буйленко, М.И. Болотовой, Н.А. Восколович, И.Н. Лесниченко, И.И. Гультяева, Ж.В. Муравьевой и др. Все они сходятся во мнении, что семейный туризм как форма досуга способствует наилучшей передаче семейных и общекультурных ценностей и смыслов. Оценить эффективность его можно как в психологическом, экономическом, так и в чисто научном плане. О степени заинтересованности ученого мира можно говорить, исходя из наукометрического подхода [3].

С семейным туризмом как таковым тесно связан туризм с целью посещения друзей и родственников – так называемый ПДР-туризм, который за рубежом известен как visiting friends and relatives tourism (сокращенно VFR tourism). В то время как цели семейного туризма могут быть самые различные – от совместного отдыха в санатории до путешествий по достопримечательностям и туристским маршрутам, ПДР-туризм сосредотачивается именно на посещении друзей и родственников, с которыми, как правило, совместно – целенаправленно или спонтанно – принимаются решения о поездках. О туризме с целью посещения друзей и родственников начали говорить за рубежом с конца XX века. Прежде считалось, что эта категория туристов традиционно тратит на свой отдых меньше денег, чем все другие, так как им нет необходимости пользоваться коммерческими средствами размещения. Это утверждение опровергли зарубежные авторы – Д. Москардо, П. Пиаре, А. Моррисон, Д. Грин и Ж. О'Леари [4]. К. Браунлич и Н. Надкарни изучали частоту поездок туристов к друзьям и родственникам и доказали, что более 1/5 всех туристов, входящих в данную категорию, предпочитают останавливаться в коммерческих средствах размещения. То, что многие из этих туристов не замыкаются исключительно

на общении с друзьями и родственниками, а активно путешествуют, осматривают окрестности, участвуют в местных культурных мероприятиях, убедительно показали Т. Юан, Ж. Фриджен, С. Хайс и Ж. О'Леари [5].

О степени разработанности темы можно судить, исходя из количества зарубежных и отечественных публикаций в системе по полным текстам научных публикаций поисковой системы Google Academy и запросов в поисковых системах Google, Bing, Baidu и Российской транснациональной компании Yandex (табл.).

Таблица

Сравнение количества публикаций и запросов в поисковых системах (тыс.)

Публикации и запросы	Google Academy	Google	Yandex	Bing	Baidu
Family tourism	1880	894 000	5000	28 700	15 900
Семейный туризм	21	103 000	11 000	843	41 700
Visiting friends and relatives tourism	147	79 500	9000	2200	289
Туризм с целью посещения друзей и родственников	6,49	1300	12 000	289	100 000

С развитием отечественных поисковых систем (например, «Яндекса») количество русскоязычных публикаций возросло в разы. Количество запросов на русском языке в китайской системе Baidu так же многократно превышает число запросов на английском, что объяснимо в связи с близким расположением двух стран, а также большим количеством граждан КНР – учащихся, путешествующих или трудящихся на территории Российской Федерации.

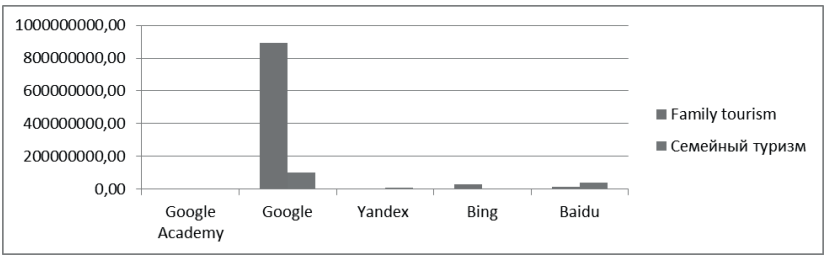


Рис. 1. Только «Семейный туризм»

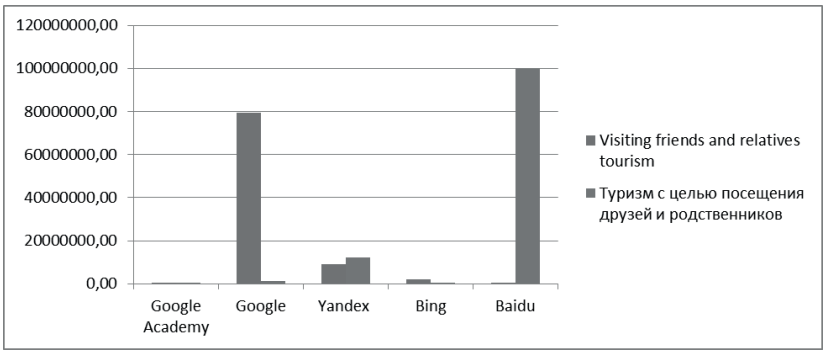


Рис. 2. Только «Туризм с целью посещения друзей и родственников»

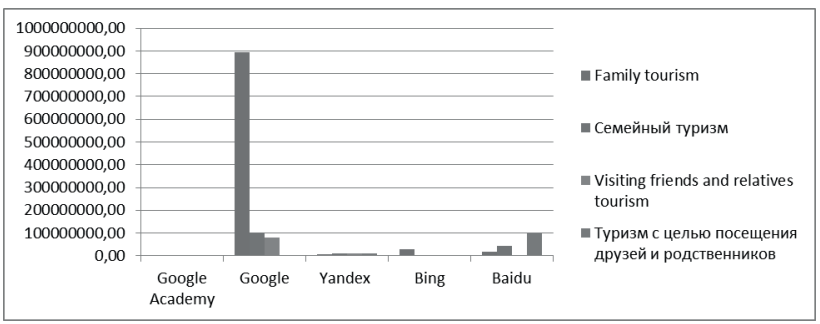


Рис. 3. Объединенные показатели

Google Trends показывает нам динамику спроса только по запросу Family tourism, по остальным запросам данные слишком малы.

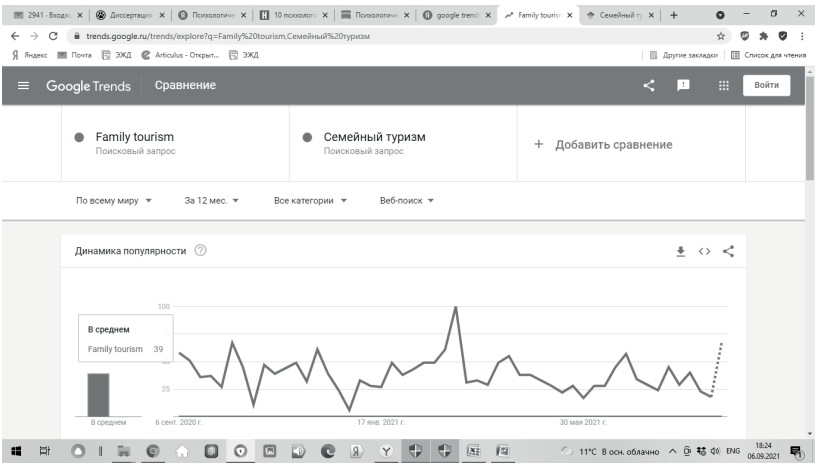


Рис. 4. Динамика сравнения запросов Family tourism и «семейный туризм» в Google Trends

С 1990 года, когда вышла в свет статья Р. Джексона «Туризм с целью посещения друзей и родственников: Недооценен?» [6], в которой впервые была предпринята попытка дать научное определение данному феномену, не утихают споры о месте и роли туризма с целью посещения друзей и родственников. Браен Кинг [7] предполагал, что это часть этнического туризма, в процессе которого совершается посещение людьми своей исторической родины с целью восстановления своих этнических корней. Такой же точки зрения придерживаются и отечественные авторы Л.В. Жолобова [8] – член авторского коллектива учебного пособия «Туризм и гостиничное хозяйство», а также А.Б. Здоров [9] – автор учебника «Экономика туризма». Однако друзья и родственники могут принадлежать к совершенно разным этническим группам и иметь различные верования. Н.И. Кабушкин считает, что туризм с целью посещения друзей и родственников, наряду с клубным туризмом, входит в общественный туризм, но при этом

человек может путешествовать к друзьям и родственникам в одиночку [10]. Е.А. Татарников рассматривает ПДР-туризм как часть рекреационного туризма, который связан с получением услуг санаториев и предполагает получение различного спектра медицинских услуг, что при посещении друзей и родственников совсем не обязательно. Все эти спорные моменты не объясняют данный феномен и не позволяют систематически его изучать. В 2015 году М.В. Кобец предложила ввести в научный оборот термин «ПДР-туризм» как вид туризма, в рамках которого осуществляются поездки в какое-либо основное место назначения, находящееся за пределами обычной среды туриста, на срок менее шести месяцев для осуществления социальных контактов с друзьями и родственниками [5]. Была выявлена тенденция превышения потока доходов над потоками расходов, что свидетельствует о перспективности и окупаемости данного вида туризма. Об особенностях данного сегмента, о возможностях управления его развитием пишет Е.В. Ефимова. В своих работах она проводит анализ экзогенных и эндогенных факторов, влияющих на развитие ПДР-туризма, среди которых: экономическое положение принимающей стороны и туристов, отправляющихся к ним в гости, превалирующее поведение принимающей стороны, миграционная ситуация в дестинации, состояние транспортной инфраструктуры, наличие в отрасли персонала сферы услуг соответствующего уровня профессиональной подготовки, наличие и качество услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания, транспорта, бюро путешествий, степени развитости развлекательной и вспомогательной инфраструктуры, необходимой для реализации туристами разного рода активностей, и т.д. [21].

Другие авторы рассматривают ПДР-туризм как часть общественного туризма. Путешествия такого типа могут быть как индивидуальными, когда воссоединяется семья близких родственников, так и групповыми, семейными, когда встречаются родственные семьи с общими родовыми корнями. В первом случае встреча становится возможной, когда учащийся или работающий приезжает в город своего детства, на свою малую родину. В другом случае к учащемуся или работающему едут другие члены семьи – братья, сестры, родите-

ли, племянники или племянницы. И в том и в другом случае у них возникают плановые либо спонтанные выезды в музеи, парки, скверы или другие интересные места города (местности). В этом случае территория их пребывания получает финансовую прибыль. Семья может решать вопрос путешествий своими силами, пользуясь личным или общественным транспортом, либо обращаться к местным туристическим агентствам. И в том и в другом случае семья оставляет себе на память купленные в месте посещения сувениры, буклеты, личные фотографии, видео и т.д., которые впоследствии становятся «якорем» позитивной энергии, тем психологическим и информационным ресурсом, к которому при необходимости всегда смогут обратиться и дети, и взрослые. Такой нематериальный «ответ» способствует не только сплочению семьи, но и формированию цивилизационных представлений о культурном наследии, повышая культурную грамотность. Об этом же вслед за классиками отечественной педагогики и психологии Л.С. Выготским, К.Д. Ушинским, Л.Н. Толстым, В.А. Сухомлинским и др. говорят современные последователи цивилизационного подхода: Т.Н. Петрова [11], О.В. Шульгина [12; 13], И.Н. Ионов [14], В.Н. Шевченко, М.Н. Громов, Е.С. Толок, АС. Филатов, А.М. Шарипов [15] и др.

По данным исследования банка ВТБ, в июне 2021 года расходы россиян на внутренний туризм выросли в 2,5 раза по сравнению с показателем за аналогичный период 2020 года и превысили 20 млрд руб.

Как уже отмечалось, ПДР-туризм – неорганизованный способ туризма, реализуемый без участия непосредственной организации-посредника. Туристы планируют свой отдых самостоятельно. По источнику финансирования, это туризм социальный, приносящий немалый доход в бюджет региона.

С точки зрения доходов в настоящее время самыми заинтересованными в стимулировании развития семейного и ПДР-туризма являются в основном турфирмы, банковская сфера и сфера услуг, предоставляющая средства размещения, точки питания, а также сами культурные объекты. Экономический эффект – самый быстрый и заметный. Однако от семейного и ПДР-туризма есть еще ряд эффектов, имеющих более отдаленные и менее очевидные последствия.

Как уже отмечалось выше, один из наиболее эффективных способов передачи детям цивилизационных представлений – это посетить вместе с ними значимые и интересные места малой родины семьи, которая, как известно, состоит не только из родителей и детей, но и их бабушек и дедушек и других родственников. Когда потомки многодетной семьи, жившей на удаленном хуторе России 100 лет назад, путешествуют по их малой родине, посещая могилы своих давно ушедших родственников, своих предков, то от этих путешествий возникает не только экономический эффект для территории. Безусловно, путешествуя, семья оставляет средства в таких музеях, тратит их на переезды (бензин или билеты на проезд), оплачивает питание в пути, оплачивает внезапно возникшие траты: поломки автотранспорта, туалеты, аптечные пункты и т.д.

В маленьких районных городках, станицах и хуторах в летнюю жару развлечений не так много, поэтому любая совместная семейная поездка за пределы места проживания становится настоящим событием. Местные дороги, окруженные бесконечными полями и степями, привносят некоторое разнообразие в виде промежуточных населенных пунктов. Для местных и заезжих автотуристов остановки в них преподносят немало не только позитивных сюрпризов, но и совсем безрадостных, несущих тревогу и беспокойство. Это и разрушенные, заброшенные места, где некогда жили люди, и разбитые дороги, и неухоженные, антисанитарные места общего пользования. Путешественники видят жизнь как она есть, без прикрас, и не могут не реагировать.

Эмоциональное состояние путешественников – немаловажный аспект развития ПДР- и семейного туризма, который не может быть не замечен исследователями. Психологический эффект, ресурсные состояния, эмоциональный багаж, который остается с личностью после возвращения из таких поездок – тема, важная скорее для психологов-консультантов, чем для системы образования и государства в целом. Однако «послевкусием» от встреч с родными и совместных перемещений по малой и большой родине могут быть не только школьные сочинения на тему «Как я провел лето» (которое в старших классах, к сожалению, все больше «не модно»).

В последнее время достаточно много встречается людей, которые говорят: «У меня отняли Родину», «Города моего детства больше нет», «У меня отняли детство» и т.д. Смысл в том, что, возвращаясь спустя годы в свои родные города и поселки, во дворы и на улицы, где прошло детство, люди не узнают их. Изменения, произошедшие с этими городами детства, неизбежны, но они зачастую безрадостны: нет больше тех улиц, домов, деревьев, уютных дворов и скверов, фонтанов и зеленых газонов, а все больше новых стеклянных офисов, окруженных бесконечной тротуарной плиткой или асфальтом, или многоэтажных «человейников», не вызывающих никакого желания туда возвращаться и жить. Так случилось с Сочи, с Нижним Новгородом, Анапой, со многими другими российскими городами. В угоду пабам, ресторанам и гостиницам сносятся старые здания в исторических центрах, целыми аллеями вырубаются деревья, что особенно пагубно в наших южных солнечных городах, закатываются в асфальт газоны. Одна только Москва потеряла за 2020 год 23 исторических здания [17]. При современном потребительском урбанистическом подходе, очевидно, проще и дешевле снести и построить новое, полезное бизнесу, чем долго и кропотливо восстанавливать старое на пользу Отечеству.

А сколько можно встретить заброшенных домов, усадеб и церквей по всей России – не счесть! Например, в публикациях блогера @anna_korob_ в Instagram размещены уже тысячи фотографий той России, которую мы потеряли. Путешественники-любители и краеведы составили карту заброшенных городов-призраков, которую можно найти официально, в открытом доступе в сети Интернет (рис. 5). Единой карты заброшенных деревень России в свободном доступе не найти, но их можно увидеть в разрозненном виде по отдельным регионам. Конечно, не все так повсеместно печально, многое и реставрируется, и открывается для туристов во всей своей былой красе, но пока приходится констатировать тот факт, что на наши дни, по сравнению со временами царской России, приходится ничтожное количество меценатов, жертвующих на возрождение заброшенных территорий свои личные сбережения.

Рис. 5. Карта заброшенных городов-призраков России
и стран бывшего СССР (с сайта Cyanblack.livejournal.com)

Примеров современных подвижников, вкладывающих свои силы и средства в развитие и возрождение своей деревни, хутора или станицы, мало, но они, к счастью, все-таки есть.

Вот, например, Музей самовара Сергея Брежнева в станице Новотроицкая Ставропольского края. С виду – обыкновенный гараж, но внутри… Словно в сказку попадаешь! Создатель музея своим посетителям не «заезженные» слова говорит, а от сердца. Истории самоваров рассказывает так, словно это его личные истории. С детства самовары собирает, говорит, все его глупцом считали, а теперь его коллекция стоит баснословных денег! И те же люди, что над ним смеялись, говорят теперь: «Какой ты молодец!» К нему приезжают очень известные люди.

Находятся в крошечных населенных пунктах нашей необъятной страны такие энтузиасты, которые не жалеют ни сил, ни времени, ни личных денег, чтобы продумать, создать, поддерживать, преумножать наследие и при этом еще рассказывать другим. С такими людьми за одним столом не скучно сидеть ни взрослым, ни детям. Талантом или увлечением своим

они преображают вокруг себя все, изменяют лик Земли, помогают окружающим делать свои маленькие историко-географические открытия.

Создатель музея самовара Сергей Брежнев называет частое употребление травяного чая основной причиной отсутствия у него и членов его семьи бронхо-легочных заболеваний в течение последних двух (ковидных!) лет. Кроме того, несмотря на наличие личного роскошного винного погреба, на умение готовить превосходные вина, он не пристрастился к этим напиткам, а наоборот, подчеркивает пользу употребления домашнего виноградного вина, не содержащего ни грамма этилового спирта. Единственная его серьезная зависимость – это его необъятные планы по развитию и расширению своего музея: создать в нем улицы Утюжную и Печную. Безусловно, это требует средств, новых вложений.

И представители районных управ, партий и министерств, которые посещали музей хоть раз, обещают: «Да, надо выделить деньги», «Поможем». Пишут письма, обращения по выделению бюджетных денег, но ни один при своих более чем нескромных зарплатах не пожертвовал ни копейки из своего кармана. И никто своих личных денег на развитие этого бизнеса не жертвует. Впечатление у посетителей музея складывается такое, что никому ничего не надо.

Журналист и писатель Александр Алексеев – создатель Старого парка в Кабардинке; миллиардер Сергей Галицкий (основатель сети «Магнит») – стадиона и парка в Краснодаре; Сергей Брежнев – основатель Музея русского самовара в ст. Новотроицкая; директор совхоза им. В.И. Ленина Павел Николаевич Грудинин; белгородец Михаил Чернышев, сохранивший в своем дворе паровоз и мечтающий о музее железнодорожного транспорта [18], и многие другие наши современники, создающие сегодня «новый золотой век русской культуры», вряд ли задумывались о том, что их дело станет когда-нибудь «брендом территории». Ими двигало совсем другое: они просто любят то, что делают, без оглядки на менеджмент, логистику, франшизу или личную выгоду. Любая полученная прибыль при этом идет не на квартиры или «золотые ванные», а на развитие того места, где они живут.

А ведь любой из таких музеев, совхозов является потенциальной точкой притяжения как для школьных групп, так и для заезжих туристов и для семей, путешествующих по Родине своих предков.

Есть структуры, которым важно получать деньги, при этом ничего не вкладывая. Такая деятельность не способствует устойчивому развитию территории. Более того, создаются всяческие препятствия для развития бизнеса, находятся причины для того, чтобы его отобрать.

Так, печально обстоят дела с совхозами «Россия» (ст. Григорополисская), «Рассвет», переживающими с молчаливого согласия краевых властей одну за другой попытки рейдерского захвата. При этом не учитываются ни мнения жителей, ни их жалобы, заявления и петиции в вышестоящие организации. Местные жители только начали получать достойные зарплаты, жить им стало легче, реально повысился уровень жизни – и тут же делается все, чтобы снова их этого лишить. Словно вернулись «лихие 90-е». Люди бессильны что-либо изменить, их никто не слышит, и это еще больше озлобляет. Любой путешественник, видя и слыша это, общаясь с живыми свидетелями подобных событий, больше и скорее начинает доверять им, а не бравым телевизионным репортажам. Свое возмущение и негодование любой путешественник или очевидец несет дальше, обсуждая в своих семьях, с друзьями, повышая градус недовольства.

Таким образом, семейный и ПДР-туризм не только имеет далеко идущие духовно-нравственные последствия, но и приобретает политический окрас. Устойчивое развитие региона зависит от мнения о нем людей, его посещающих. Захотят ли они возродить родовую усадьбу, подарить музею старинный самовар с интересной историей, вызовут ли общественный резонанс своим рассказом о бедах совхоза, создадут ли совместную с ребенком презентацию по какому-либо школьному предмету или же попутешествуют, повосхищаются и благополучно все забудут – то в регионе и будет. Но если малая группа, коей является семья, будет ставить перед своими членами некие жизненные цели, то срабатывают психологические эффекты:

• эффект Пигмалиона (Розенталя) (Pygmalion effect, Rosenthal effect) – лидеры, которые ставят для своих команд высокие планки в работе, достигают большего, нежели руководители, которые ставят вполне достижимые цели;

• эффект фокусировки (The focus effect) – позволяет разрушить миф о том, что определенное приобретение/покупка (например, близкое знакомство с повседневным бытом местных жителей той или иной местности прошлого или настоящего) сделает человека счастливым и радостным, что весьма маловероятно в долгосрочной перспективе;

• эффект прожектора (Spotlight effect) – снимает «розовые очки» эгоцентричности, люди убеждаются, что находятся в центре внимания реже, чем об этом думают, что особенно актуально для излишне застенчивых, наиболее тихих и скромных членов семьи, которым кажется, что они находятся под условным прожектором;

• феномен принятия решений, или парадокс выбора (The paradox of choice), – чем разнообразнее выбор, тем меньше уровень удовлетворения от нашего решения;

• феномен границы событий – когда человеку сложно вспомнить, зачем он куда-то шел, о чем думал всего за несколько секунд до этого, а близкие люди помогают преодолеть эту границу;

• феномен Баадера–Майнхофа – если довелось узнать о чем-то новом, стоит обратить внимание на свою жизнь в ближайшие несколько дней после этого, и, возможно, такое явление встретится несколько раз;

• феномен семантической насыщенности – частое повторение фразы, описания негативного события, обсуждение его в среде родных и друзей снижает интенсивность отрицательных воспоминаний или неприятного эмоционального контекста;

• феномен воспоминаний – в силу генетической способности человека вновь пережить опыт, полученный в прошлом, что обусловлено автобиографической памятью и способностью мозга составлять карты памяти;

• эффект «Скупой мир» – когда возникает ощущение, что мы живем в ужасном мире, где нет ничего хорошего, но в процессе общения с домашними подсознательно анализиру-

ется, пересматривается картина мира, переоцениваются ценности привычных рабочих будней;

• феномен самозванца – человек сомневается в достигнутом уровне и опасается, что его посчитают мошенником (разрушается в результате повседневного общения с близкими людьми).

Неформальное общение семьи помогает каждому ее члену не только интеллектуально и эмоционально «перезагрузиться», но и избавиться от негативных последствий упомянутых выше феноменов, научиться справляться со многими из них, наслаждаться тем, что делаешь, и любить то, что получается.

Возвращаясь к вопросу об эффектах и выгодах семейного и ПДР-туризма, первый и самый важный из них – это те минимальные личные историко-географические открытия, которые совершает каждый из членов путешествующей семьи. Вновь и вновь открывая для себя малую Родину своих предков, обнаруживая малые географические изменения своей большой страны в силу своих возрастных, психологических особенностей, степени развития эмпатии, социального взаимодействия и т.д., семья аккумулирует эти знания, преобразует их в полезный информационный ресурс, передает их своему окружению – друзьям, знакомым, коллегам по работе. Используя современные информационные технологии, можно этот ресурс обратить в интеллектуальный продукт семьи, монетизировать его, получая разнообразные скидки и бонусы на будущие поездки, как это уже делается со столичной программой лояльности карты «Тройка» – «Город».

ПДР-туризм как явление – это часть семейного туризма, имеющего тесную связь с такими видами туризма, как ностальгический, социальный, этнокультурный, экологический, сельский, промышленный. Психологические феномены – эффект Пигмалиона, эффект фокусировки, эффект прожектора (Spotlight effect), парадокс выбора (The paradox of choice) феномен границы событий, феномен Баадера–Майнхофа, семантическая насыщенность, воспоминания, эффект «Скупой мир» и т.д., – имеющие место в период рабочих будней, в периоды эмоциональной «перезагрузки», отдыха, поездок, общения с близкими людьми, перестают работать и легче преодолеваются, так как во время семейного и ПДР-туризма

человек находится в ситуации своеобразного психологического «марафона общения». В силу того, что в семье нет необходимости перед кем-то заискивать, лебезить, унижаться, а значимым другим нет необходимости врать человеку о нем самом, о его поступках или порицаемых личностных качествах, то близкие чаще говорят человеку то, что думают, и это вынуждает его выходить из своей «зоны комфорта». Поэтому путешествие к семье и с семьей – это еще и риск встретиться со своим «отражением» в глазах значимых других, это своеобразный вызов и испытание, на которое идет не каждый. Для принимающей ПДР-туристов стороны встречи с родственниками так же являются тестом на толерантность (терпимость), доброжелательность, открытость и щедрость, на готовность помочь и прийти на помощь, встретиться с собой другим, так как семьи, как правило, встречаются через различные промежутки времени, а время, как известно, человека меняет. Поэтому нередко люди выбирают психологически более безопасный для себя вариант путешествий – в одиночку, со случайными попутчиками либо со своими знакомыми.

Итак, подходы исследователей рассмотренных видов туризма с точки зрения отдачи осуществляются в русле различных концепций и теорий (психологических, экологических, социологических, экономических, культурных, политических). История семейных путешествий берет начало из глубокой древности. Сегодня роль ПДР- и семейного туризма в государственном образовании недооценена. Семейный и ПДР-туризм обладает мощным образовательным ресурсом, который с успехом может использоваться студентами и школьниками для подготовки учебных мини-исследований.

Культурно-познавательный туризм, его место и роль в индустрии путешествий, создание современной концепции его развития исследовала Ц.А. Григорян, предложившая термины «культурно-познавательная услуга», «эффект потребления туристской услуги на курортных территориях», структура которой состоит из таких элементов, как улучшение физического состояния как результата действия оздоровительных услуг и улучшение эмоционального состояния как результата использования культурно-познавательного потенциала курорт-

ной территории [20]. Выезды за пределы своего дома действительно расширяют границы восприятия, что благотворно для творчества, размышлений, новых идей, задумок, построения планов, личных и совместных проектов, формирования общей картины мира и т.д. Семейный и ПДР-туризм через исследовательскую, экскурсионную, культурно-образовательную деятельность детей и взрослых позволяет установить связь с цивилизационным образованием.

Литература и источники

1. Лучшие цитаты о путешествиях – известные высказывания и афоризмы. URL: https://diary.travel/digest/izvestnye-aforizmy-i-luchshie-tsitaty-o-puteshestviyakh

2. Беляков О.И., Мещерякова И.В. Семейный туризм как форма досуговой деятельности // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2012. № 28. С. 691.

3. Кузнецова Н.В. Психология семейного туризма: новый взгляд на проблему // Современное образование, физическая культура, спорт, туризм, рекреация и здоровье: сб. материалов Всерос. научно-практ. конф. Сочи: СГУ, 2013. С. 39–45.

4. Moscardo G., Pearce P., Morrison A., Green D., O´Leary J. (2000). Developing a Typology for Understanding Visiting Friends and Relatives Markets // Journal of Travel Research. 2000. № 38. P. 251–259.

5. Кобец М.В. Методические подходы к прогнозированию развития туризма с целью посещения друзей и родственников // Вестник евразийской науки. 2015. № 4 (29).

6. Jackson R. (1990). VFR Tourism: Is It Underestimated? // The Journal of Tourism Studies. 1990. № 1 (2). P. 10–17.

7. King B. VFR – A Future Research Agenda // VFR Tourism: Issues and Implications: proceedings from the Conference held at Victoria University Conference / ed. H. Yaman. Victoria, Australia, 1996. P. 85–89.

8. Жолобова Л.В. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. 2-е изд. М.; Ростов н/Д.: МарТ, 2005. С. 8.

9. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. С. 34.

10. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник. Минск: Новое знание, 2002. С. 13.

11. Петрова Т.Н. Цивилизационный подход к изучению исторической этнопедагогики: сущностно-содержательная характеристика // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2011. № 4-2.

12. Шульгина О.В. Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии географии и в модернизации географического образования // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Информатика и информатизация образования». 2015. № 1 (31). С. 85–91.

13. Шульгина О.В. Образовательный туризм в системе современной познавательной деятельности // Проблемы и перспективы развития науки и образования в XXI веке. Липецк: Липецкая областная общественная организация Всероссийского общества изобретателей и рационализаторов, 2014. С. 186–187.

14. Ионов И.Н. Идентификационная, коммуникативная и когнитивная составляющие цивилизационных представлений // История и современность. 2007. № 2.

15. Россия и Европа: общая судьба и альтернативные проекты цивилизационного развития: монография по материалам XVII Междунар. Панаринских чтений / отв. ред. В.Н. Расторгуев; науч. ред. А.В. Никандров. М.: Институт Наследия, 2020. 338 с.

16. Эксперты: расходы россиян на внутренний туризм выросли в 2,5 раза. URL: https://tass.ru/ekonomika/11785447.

17. 23 исторических здания, которые потеряла Москва за этот год. Почему в столице до сих пор сносят старинные дома, и хорошо ли это для города. URL: https://www.the-village.ru/city/city/moskva-poteryala

18. Сюжет «Мир Белогорья». URL:https://youtu.be/A8AE5vdWhKM

19. «Все вы рейдеры»: губернатор Ставрополья не сумел погасить конфликт в новоалександровском колхозе «Россия». URL: https://news.myseldon.com/ru/news/index/252468795

20. Григорян Ц.А. Управление качеством услуг культурно-познавательного туризма курортных территорий: автореф. дис. … канд. экон. наук. URL: https://www.dissercat.com/content/upravlenie-kachestvom-uslug-kulturno-poznavatelnogo-turizma-kurortnykh-territorii/read

21. Ефимова Е.В., Кобец М.В. Возможность развития туризма с целью посещения друзей и родственников в Ставропольском крае: анализ экзогенных и эндогенных факторов. URL: https://upload.pgu.ru/iblock/3c1/efimova-kobets.pdf

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВИННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

TERRITORIAL FEATURES OF WINE TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

УДК 338.482

М.А. Макушин, *студент Географического факультета Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, mihmakush@mail.ru г. Москва, Россия*

M.A. Makushin, *Student, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, mihmakush@mail.ru Moscow, Russia*

Ключевые слова: винный туризм; винодельни; туристские зоны; спрос; малый бизнес; институциональный фактор.

Keywords: wine tourism; wineries; tourist zones; demand; small business; institutional factor.

Представлены результаты исследования винного туризма на Юге России, проводившегося с использованием статистического и полевого методов. Информационная база состояла из 54 предприятий в пяти регионах Юга России, данные были собраны методом контент-анализа и в ходе полевых исследований. Отмечается рост рынка винного туризма в нашей стране, связанный с общим ростом туристской индустрии и повышением конкуренции между винодельческими предприятиями. Рассматриваются региональные особенности развития винного туризма. В наибольшей степени данное направление развито в Краснодарском крае и Республике Крым (с г. Севастополь). Ростовская область только начинает развитие винного туризма. В Ставропольском крае винный туризм развит в меньшей степени, винными турами здесь занимаются исключительно туристские агент-

© Макушин М.А., 2021

ства. Отмечается, что в первую очередь винный туризм начал развиваться в основных туристских зонах в связи с наличием спроса на данный вид туризма, при этом первыми в его развитие включились крупные предприятия, но следующими тенденцию подхватили совсем небольшие производители. Прослеживается, что малый бизнес в Краснодарском крае развивается по примеру зарубежных хозяйств – имеет собственную гостиницу и ресторан при винодельне. Отмечается, что больше туристов привлекают хозяйства, которые предлагают больше видов услуг. В то же время чем дальше от основных туристских зон, тем большее разнообразие видов услуг предлагается туристам на винодельнях. Немаловажное значение для развития винного туризма имеет событийный туризм – винодельни, которые организуют праздники и фестивали, привлекают больше туристов.

The article presents the results of statistical and field research of wine tourism in the South of Russia. A review of the literature on the topic is given, noting that wine tourism in Russia is poorly studied. The article describes the information base consisting of 54 enterprises in 5 regions of the South of Russia, collected by the method of content analysis and during field research. The paper uses statistical and cartographic research methods. There is an increase in the wine tourism market in our country, associated with the overall growth of the tourism industry and increased competition between wineries. Examines the regional characteristics of the development of wine tourism. This direction is most developed in the Krasnodar territory and the Republic of Crimea (from Sevastopol). The Rostov region is just beginning to develop wine tourism. In the Stavropol territory, wine tourism is developed to a lesser extent, wine tours are exclusively handled by travel agencies. It is noted that the first, wine tourism began to develop in the main tourist zones due to the presence of demand for this type of tourism, while large enterprises were the first to participate in its development, but the next trend was picked up by very small producers. Small businesses in the Krasnodar region

are developing following the example of foreign farms-they have their own hotel and restaurant at the winery. It is noted that more tourists are attracted by farms that offer more types of services. At the same time, the further away from the main tourist areas, the greater the variety of services offered to tourists in wineries. Event tourism is also important for the development of wine tourism – wineries that organize holidays and festivals attract more tourists.

Растущий российский туристский рынок создает спрос на относительно новые для туристов виды туризма и туристских услуг. Одним из самых интересных направлений в туризме становится винный туризм, или энотуризм. На фоне все увеличивающейся конкуренции на российском рынке вина производители вынуждены использовать новые маркетинговые стратегии для формирования положительного образа у потребителей, бренда и узнаваемости на рынке. Одной из таких стратегий стало развитие винного туризма.

Цель исследования – характеристика географических особенностей развития винного туризма на юге России и выявление факторов, способствующих развитию данного направления.

Гипотезами исследования стали следующие утверждения:

1. Основные рынки винного туризма тяготеют к туристским зонам (за счет более высокого спроса), однако большее разнообразие видов услуг предлагают фирмы, расположенные дальше от таких зон, с целью привлечь как можно больше туристов.

2. Раньше в бизнес винного туризма включились компании, которые находятся ближе к основным туристским рынкам (районы Анапы – Геленджика в Краснодарском крае и южного берега Крыма (ЮБК) в Крыму). На их услуги был спрос со стороны туристов.

3. Крупнейшие участники рынка винного туризма приурочены к зонам максимально благополучного сочетания терруара и близости к туристским рынкам.

В данном исследовании винный туризм понимается как вид туризма, включающий в себя посещение винодельческих

предприятий, экскурсии на винные заводы, виноградники и дегустации вин. Многие исследователи относят винный туризм к агротуризму [6; 7], однако более верно было бы говорить о его нахождении на стыке сельского, промышленного и гастрономического туризма.

В существующих работах по винному туризму обычно дается обзор мирового состояния отрасли [6] либо описание отдельных винодельческих хозяйств Краснодарского края [2; 6], Ставропольского края [4], Республики Крым [3] и г. Севастополя [7]. Попытка сделать географический анализ существующей картины размещения хозяйств, развивающих винный туризм, есть в работе [5], однако конкретных выводов о развитии данного направления по регионам не наблюдается. Подробный анализ литературы и потенциала Севастополя (в окрестностях которого сконцентрировано значительное количество винных хозяйств благодаря благоприятным свойствам терруара) в рамках развития сельского туризма дается в работе [7], однако винный туризм не является основной линией повествования. Интересный исторический обзор развития винного туризма в Краснодарском крае представлен в [1], отмечается роль институционального фактора в развитии отрасли – личная тяга к популяризации продукции со стороны малого и среднего предпринимательства (МСП) и необходимость развития своего бренда со стороны крупных производителей. Количественных и пространственных оценок развития винного туризма в России на данный момент крайне мало.

Информационной базой для исследования послужили данные о 54 компаниях в пяти регионах Юга России, где винный туризм наиболее развит: в Краснодарском крае, Республике Крым, г. Севастополе, Ростовской области, Ставропольском крае. Данные по компаниям собирались с помощью контент-анализа (с сайтов компаний, сайтов муниципальных и региональных властей, из публикаций в СМИ). Были собраны следующие показатели: год выхода предприятия на рынок винного туризма, число различных комбинаций услуг, предоставляемых компанией, а также стоимость самого дешевого и самого дорогого туров. Была рассчитана средняя стоимость

туров. Отмечено наличие или отсутствие ресторана и гостиницы при винодельне. Статистические данные были дополнены материалами полевых исследований, собранных в ходе маршрутной практики студентов кафедры экономической и социальной географии России в июле 2019 года в Краснодарском крае, Республике Крым и г. Севастополе.

По оценкам аналитических агентств [1; 7], рынок винного туризма в России превышает 500 тыс. чел. в год. Их оценки для 2016 года совпали с нашими: на 2018 год число винных туристов в России однозначно превышало 550 тыс. чел. С каждым годом показатель растет, так как в развитие энотуризма включаются все новые предприятия на фоне растущего числа туристов на Юге России. В 2020 году на фоне ограничений, связанных с пандемией COVID-19, и в связи с падением реальных доходов населения даже при сохранении высокого туристского потока винных туристов стало меньше (большие предприятия старались соблюдать требования Роспотребнадзора и сокращали численность экскурсионных групп).

Наиболее популярными для винных туристов хозяйствами являются «Абрау-Дюрсо», «Кубань-вино», «Шато-Тамань» в Краснодарском крае, «Массандра», «Золотая Балка», «Инкерман» в Крыму, «Эльбузд» в Ростовской области и «Левокумское» в Ставропольском крае (рис. 1). Спрос на винный туризм наиболее высок в Краснодарском крае и в Крыму, где наибольший туристский поток и наиболее развиты традиции виноделия. В Ростовской области данное направление еще не так популярно – запрос на него со стороны туристов невелик, очень значимы «транзитные» туристы. В Ставропольском крае виноделие пострадало наиболее сильно еще в 1985 году во время антиалкогольной кампании (здесь, на родине президента СССР М.С. Горбачева, работы по раскорчевыванию виноградников велись особенно активно), и до сих пор его позиции восстанавливаются крайне небольшими темпами. В основном винодельни Ставрополья производят вино из импортного виноматериала, что снижает их конкурентоспособность на российском рынке вина и винного туризма. Винный туризм здесь наименее развит.

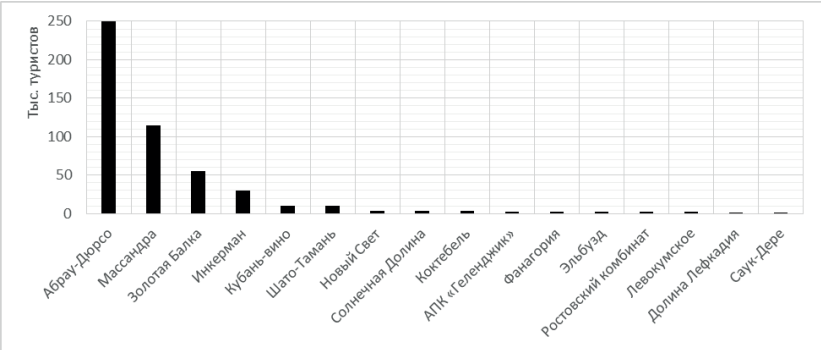


Рис. 1. Число туристов на винодельческих предприятиях в 2018 году

По средней стоимости тура (рис. 2) видна дифференциация между МСП и крупным бизнесом (стоимость туров в МСП выше, чем на крупных предприятиях), а также отмечаются региональные различия. Наиболее высокие значения средней стоимости тура характерны для Краснодарского края – здесь более разнообразные потребители туристских услуг с более высоким платежеспособным спросом. В Крыму существуют более «дорогие» винодельни – это в основном малый бизнес, расположенный вблизи основных туристских зон. Основные крупные винопроизводители предлагают туры по невысокой стоимости. В Ставропольском крае винный туризм наименее развит, вследствие этого стоимость винных туров довольно низкая. Для отдельных компаний, представленных на рис. 2, показатель средней стоимости туров оказался выше в связи с тем, что предлагается широкий набор туров – как с низкой стоимостью и небольшим количеством услуг, включенных в тур, так и с высокой стоимостью и максимальным разнообразием по услугам.

Развитие винного туризма в России происходило довольно неравномерно. Так, до 2000-х годов данное направление практиковала только крымская «Массандра» – наблюдался устойчивый туристский спрос, ведь «Массандра» еще в советские годы была признанным брендом, известным всей стране. Это сыграло определяющую роль для ее выхода на туристский рынок.

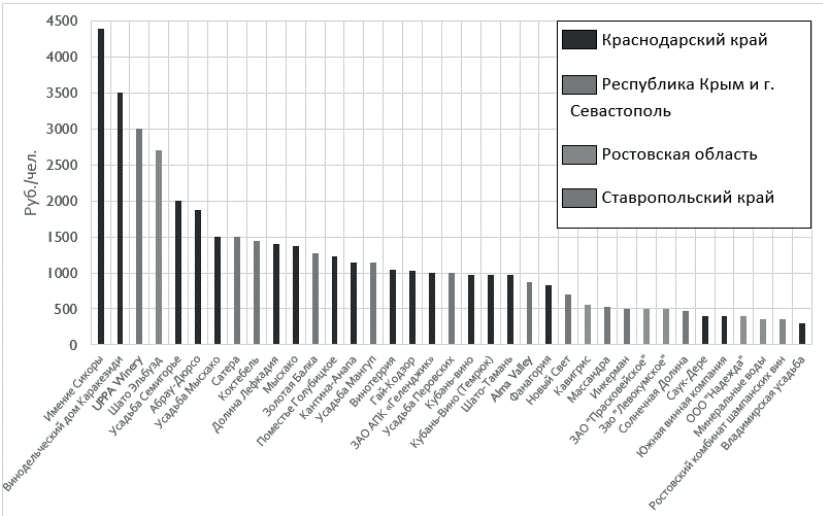


Рис. 2. Средняя стоимость тура по винодельческим предприятиям в 2019 году

Первая волна наиболее активного включения в винный туризм приходится на 2000–2008 годы (рис. 3). Первыми в этот процесс включились крупные предприятия («Абрау-Дюрсо», «Кубань-вино», АПК «Геленджик» в Краснодарском крае; «Новый Свет», «Инкерман» в Крыму; «Прасковейское», «Левокумское» в Ставропольском крае), которые имели больше человеческих и капитальных ресурсов для развития туризма. В Краснодарском крае тенденцию подхватили и совсем небольшие производители: здесь много предпринимателей, которые готовы открыть свое собственное дело и рассказывать о нем туристам, получая от этого дополнительный доход, т.е. значительную роль играет институциональный фактор. За пределами Краснодарского края винный туризм в этот период практически не развивался.

Наиболее активное включение в отрасль произошло в 2014–2019 годах (рис. 3). На фоне увеличения туристского потока на Юг России, импортозамещения в сельском и винном хозяйстве, увеличения конкуренции на российском рынке вина предприятия стали активнее использовать новую марке-

тинговую стратегию – винный туризм. В этот же период появляется значительное число малых (гаражных) виноделен, которые сразу же включаются в развитие винного туризма – наибольшая концентрация таковых в более активном предпринимательском Краснодарском крае. Однако данный тренд подхватили и Крым (где малого бизнеса в целом немного в связи с особенностями продажи сельскохозяйственных земель), и Ростовская область (основное развитие винного туризма в регионе обеспечивается «Долиной Дона» – предпринимательским сообществом гаражных виноделен недалеко от Цимлянского водохранилища), и Ставропольский край (существует несколько гаражных хозяйств, например «Винный двор С.И. Брежнева», которые развивают туризм в регионе).

Рис. 3. Выход винодельческих предприятий на рынок винного туризма

Довольно интересны модели организации винного бизнеса на Юге России. Например, у малых предприятий Краснодарского края практически обязательна организация «обслуживающей» инфраструктуры при винодельне – гостиницы и ресторана, что характерно, к примеру, для итальянских хозяйств [10]. В остальных регионах менее развиты малые предприятия, поэтому и гостиниц немного. Исключение – Ростовская область, где малый бизнес начал развивать туризм относительно недавно, поэтому инфраструктурой обеспечены не все

хозяйства в связи с отсутствием финансовых возможностей. Так, ряд предприятий региона (например, «Долина Дона»), которые размещаются почти на одной территории, фактически объединились в территориальный кластер и создают совместную инфраструктуру – уже построен ресторан, планируется сооружение гостиничного комплекса.

Крупным производителям (кроме «Абрау-Дюрсо») данное направление не так интересно – их больше интересуют «однодневные» туристы, которые познакомятся с технологией предприятия, купят фирменную продукцию в магазине и, возможно, продегустируют ее в ресторане рядом с предприятием. При этом ресторанный бизнес на винодельнях не развит в притрассовых зонах, что может быть связано с высокой конкуренцией с придорожными кафе, хотя рестораны виноделен в придорожных районах могли бы аккумулировать транзитные потоки туристов гораздо лучше «безымянных» заведений.

«Абрау-Дюрсо» формирует вокруг себя туристско-винодельческую зону. Так как предприятие находится не в самом привлекательном для туристов районе Новороссийска, его руководство старается привлечь как можно больше туристов и удержать их на территории комплекса [9]. Так, планируется создание большого гостиничного комплекса (на 114 мест), SPA-центра, ресторанов – очевидно, это делается для все увеличивающегося туристского потока, который существующая инфраструктура обслужить уже не в состоянии.

Большее разнообразие услуг наблюдается у более крупных производителей вина, они же привлекают больше туристов. Максимальное количество услуг предлагают компании, наиболее удаленные от туристских зон. Так, винодельни вблизи Анапы, Геленджика предлагают минимальный набор услуг, а по мере удаления от этих городов пытаются все больше и больше завоевать внимание туристов, предлагая три и более комбинаций программ. В Крыму наименьшее разнообразие услуг характерно для брендовых хозяйств в относительной близости от Севастополя и Инкермана, а также Евпатории. Чем дальше от них – тем выше разнообразие услуг. А вот «Массандра», находящаяся совсем рядом с Большой Ялтой, тем не менее старается предложить больший набор услуг – отчасти это можно связать с тем, что «Массандра» уже давно

развивает винный туризм и пытается привлечь туристов новыми программами.

В туристской привлекательности все же играет роль разнообразие предоставляемых услуг – чем больше это разнообразие, тем больше туристов привлекают хозяйства. С другой стороны, чем больше разных видов услуг предоставляет винодельня, тем больше ресурсов нужно для туристского обслуживания, что могут себе позволить только крупные хозяйства.

МСП развивают винный туризм в зонах концентрации туристов – районах Анапы и Севастополя. Здесь значение имеют отсутствие свободных земель (предприниматели не могут выкупать большие участки земли, так как они уже проданы и либо застроены, либо имеют очень высокую стоимость; к ним также питают интерес строительные компании) и институциональный фактор – много предприимчивых людей, предпринимателей, которые готовы вкладывать личные ресурсы в развитие своего продукта, а значит, и в развитие винного туризма. Многие туристы отмечают, что им понравилась винодельня, потому что «хозяин сидел с нами за одним столом», «хозяин сам показывал нам свою винодельню», «хозяин пил свое вино вместе с нами», – и это тоже важно для потребительского восприятия.

Для развития виноделия и винного туризма очень важны свойства терруара – если терруар позволяет выращивать определенные сорта винограда, производить достойный продукт, которым производители готовы делиться, о котором готовы рассказывать, то и туристский поток будет выше. Зоны, где виноград не выращивается (где для производства вина используют виноматериалы), не так интересны туристам.

Безусловно, положительным субститутом для винного туризма является событийный туризм. Многие винные хозяйства устраивают праздники, фестивали и другие мероприятия на своей территории. Так, например, крымская «Золотая Балка» большую часть туристского потока формирует за счет проведения на своей территории двух фестивалей – ZBFest и WineFest, что было отмечено в интервью специалистом по развитию винного туризма данного предприятия. В 2019 году поток туристов на эти два мероприятия составил 50 тыс. чел. «Абрау-Дюрсо» шло по той же стратегии развития – на его

территории проводятся различные фестивали и форумы («Пикник Абрау», Всероссийский саммит виноделов и др.).

Основные выводы исследования состоят в следующем:

1. Наибольшее развитие винный туризм, действительно, получает в туристских зонах, что связано с наличием спроса на данный вид туризма, а также с наложением винодельческих и туристских районов друг на друга. Для нашей страны эта ситуация не уникальна – благодаря подобному наложению винный туризм получает развитие во Франции, Италии, Испании. Однако его развитие по российским регионам неравномерно – только начинается его развитие в Ростовской области и совсем слабо развит данный вид туризма в Ставропольском крае.

2. Очень большое значение имеет бренд – предприятия с наиболее известными марками вина включились в развитие туризма быстрее, так как на их услуги был спрос со стороны потребителей.

3. Чем дальше от туристских зон, тем больше видов услуг предлагается компаниями в сфере винного туризма. Как правило, это связано с попыткой привлечь как можно больше туристов разных социальных групп и категорий.

4. Больше возможностей (человеческих и капитальных ресурсов) для развития винного туризма имеют крупные производители вина – туристский поток у них выше. Однако более значим туризм для небольших производителей – это значимая статья в их доходах как напрямую (от туристских услуг), так и косвенно (от продаж вина).

5. «Абрау-Дюрсо» – единственный крупный производитель вина, сформировавший вокруг себя туристко-винодельческую зону. Хозяйство развивается по примеру крупных предприятий в зарубежной Европе, развивая обслуживающую инфраструктуру вокруг себя. Важным фактором в выборе подобной стратегии развития является нахождение вдали от главных туристских районов, попытка привлечь устойчивый поток туристов.

6. Небольшие винопроизводители имеют собственную маломощную инфраструктуру размещения и ресторан в основных туристских зонах. Крупный бизнес, как правило, имеет ресторан и фирменный магазин в центре винного туризма.

7. Мероприятия и фестивали в значительной мере определяют туристский поток на винодельни.

8. Для развития винного туризма важна стратегия привлечения туристов – организация крупных мероприятий, фестивалей, включение в винные карты, винные маршруты, туры, сотрудничество с туроператорами и т.д. Для винодельческих хозяйств наименее выгодным является сотрудничество с туроператорами, так как это потенциальные потери доходов, однако эта же форма самая простая с точки зрения организации винного туризма.

Литература и источники

1. Бакеев А. Винный туризм становится драйвером туриндустрии // Эксперт Юг. URL: https://expertsouth.ru/news/vinnyy-turizm-stanovitsya-drayverom-turindustrii/ (дата обращения: 01.03.2021).

2. Заднепровская Е.Л., Юрченко А.А. Развитие винного туризма в Краснодарском крае // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-3. С. 501–504.

3. Левчук К.С., Абрамова Л.С. Винный туризм как фактор инвестиционного развития Республики Крым и г. Севастополя // Современные тенденции и инновации в науке и производстве. 2019. С. 259.1–259.7.

4. Нуднова А.Ф., Айсанов Т.С., Есаулко Н.А. Перспективы развития винного туризма в Ставропольском крае // Современные ресурсосберегающие инновационные технологии возделывания сельскохозяйственных культур в Северо-Кавказском федеральном округе. 2015. С. 118–121.

5. Пилипенко В.В., Алексеева О.А. Географический охват и точки роста энотуризма в России // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления. 2018. С. 293–297.

6. Толмачева О.И., Козлова Ф.А., Глазырина Е.О. Энотуризм в мировой практике и его перспективы развития на базе винодельческой отрасли Краснодарского края // Инновации в науке. 2017. № 5. С. 87–91.

7. Шабалина Н.В., Валькова Т.М., Прыгунова И.Л. и др. Развитие сельского туризма в Большом Севастополе – путь диверсификации туристско-рекреационного комплекса региона // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. Вып. 07 (68). С. 111–124.

8. Винный туризм в России // ТурСтат. URL: http://turstat.com/winetravelrussia2016 (дата обращения: 01.03.2021).

9. Рыжкова Е. Виноделы дегустируют туризм // Коммерсантъ. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3999772 (дата обращения: 01.03.2021).

10. Carrà G. et al. Participatory strategy analysis: The case of wine tourism business // Agriculture and agricultural science procedia. 2016. Vol. 8. № 2016. С. 706–712.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ПО ИТОГАМ ЛЕТНЕГО СЕЗОНА 2021 ГОДА

PROBLEMS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT FOLLOWING THE RESULTS OF THE 2021 SUMMER SEASON

УДК 338.48

Е.Р. Мартанус, *доцент кафедры туризма и гостиничного дела Российской международной академии туризма, канд. геол.-минерал. наук, emartanus@rambler.ru Московская обл., Россия*

E.R. Martanus, *Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business of the Russian International Academy of Tourism, PhD in Geologo-Mineralogical Sciences, emartanus@rambler.ru Moscow region, Russia*

Ключевые слова: внутренний туризм; антропогенные факторы; загрязнение окружающей среды; техника безопасности; несчастный случай.

Keywords: domestic tourism; anthropogenic factors; environmental pollution; safety precautions; accident.

© Мартанус Е.Р., 2021

Рассмотрены некоторые проблемы внутреннего туризма. Эти проблемы во время летнего сезона 2021 года обсуждались в средствах массовой информации, в сети Интернет. В результате были выделены основные недостатки, которые, по мнению автора, негативно сказываются на развитии внутреннего туризма в РФ.

The article discusses some of the problems of domestic tourism. These issues were discussed in the media and on the Internet during the 2021 summer season. As a result, the main shortcomings were highlighted, which, according to the author, negatively affect the development of domestic tourism in the Russian Federation.

В основу статьи легли материалы средств массовой информации, статьи и отзывы туристов в сети Интернет, опрос отдыхавших на наших курортах в этом году.

После пережитых ограничений, связанных с пандемией, летний сезон 2021 года, очевидно, был отмечен ростом туристских поездок. В некоторых источниках отмечается рост не только по сравнению с показателями 2020 года, что вполне естественно, но даже в сравнении с показателями 2019 года. Об этом говорит Майя Ломидзе, исполнительный директор Ассоциации туроператоров России. Она утверждает, что, по предварительным данным, на наиболее востребованные у россиян направления были совершены поездки более чем 20 млн наших граждан. При этом многие российские потенциальные туристы не смогли реализовать свои потребности в путешествиях из-за финансовых проблем, связанных с потерей работы или снижением заработной платы в связи с пандемией. Можно с сожалением отметить задержку с появлением статистических данных на официальном сайте Ростуризма – опоздание более года. Поэтому официальные результаты туристского сезона 2021 года пока недоступны.

В результате того, что многие страны сохранили ограничения на въезд иностранных туристов, внутренний туризм России получил уникальный шанс для демонстрации своих возможностей и составления конкуренции иностранным курортам в будущем. И можно отметить, что наши черно-

морские курорты этой возможностью не воспользовались. Тут необходимо рассмотреть два вида проблем – природный и человеческий факторы. Положительным фактором является климат. Жителям нашей страны он намного полезнее климата и солнца Турции, Египта и других стран, в которые выезжают с целью пляжного туризма. Отрицательный фактор – обилие дождей, затопление населенных пунктов, грязное в результате этого море, но эта часть определяется природой и мало зависит от человека. Хотя средства массовой информации отражали происходящее на южных курортах с чрезмерным драматизмом. Нельзя говорить, что ничего не было, но и всячески утрировать трагические события – тоже неправильно с точки зрения информирования людей о событиях на южных курортах. При прочтении статей в средствах массовой информации локальные события представляются сплошной катастрофой, что негативно влияет на имидж российских курортов. В освещении природных факторов важную роль играл человеческий фактор.

Человеческий фактор повлиял на восприятие туристами всех положительных и отрицательных моментов. Положительно воспринимаются достаточно мягкие требования к наличию вакцинации, а также, естественно, отсутствие необходимости получения визы, свободное общение на русском языке, возможность альтернативного способа путешествия – не только самолет, но и машина, поезд. Отрицательно воспринимается сервис – многие наши граждане выезжали за границы нашей родины и имеют возможность сравнивать. Создается впечатление, что, кроме сиюминутного желания получить деньги с туристов, на российском юге нет других мотивов. Причем получить сейчас как можно больше, а что будет потом – совершенно не важно. На тех же курортах Турции, например, с гостями ведут себя так, чтобы у них было желание вернуться. Это тоже, в конце концов, принесет деньги впоследствии, но ощущения у гостей более приятные.

Для отельеров Сочи и Крыма было нормально отменять предварительные бронирования и повышать цены. Это началось практически сразу после того, как стало понятно, что выбора у людей не будет – границы не открываются. Повышение цен затронуло все направления туристской инфра-

структуры приморских регионов – жилье, еду, развлечения. Конечно, были и исключения в рядах принимающей стороны, нельзя говорить о повальной потере здравого смысла всем населением Крыма и Черноморского побережья Кавказа. В ответ ими были получены повальные отказы от забронированных путевок при возобновлении продаж сначала в Турцию, а затем в Египет. Конечно, на будущий год сохранятся желающие поехать на российский юг. Это те российские граждане, которые просто любят отдыхать в этом регионе или не могут выезжать за границу из-за работы. Либо опять возникнут ограничения в связи с пандемией. Но российские курорты продемонстрировали свою неспособность конкурировать с курортами других стран.

Другим важным антропогенным фактором на Черном море, который негативно сказывается на имидже побережья, является состояние морской воды. Эту проблему освещал мэр Сочи Алексей Копайгородский на совещании по подготовке к открытию летнего сезона 2021 года. Он отметил, что к Олимпиаде 2014 года была проделана огромная работа по совершенствованию инфраструктуры региона, но одна позиция осталась на уровне, который был определен в СССР, – это канализация. Эта проблема не может быть решена силами города Сочи. На реконструкцию требуются огромные деньги, которые невозможно получить с курортных сборов. Эти средства должны быть выделены государством. Изношенные трубы в канализационных стоках регулярно разрушаются, в море поступают выбросы. Иногда их видно с берега, так как дыры в трубах образуются на расстоянии нескольких сот метров. Директор Всероссийского института охраны природы Андрей Пешков занимается гигиеной морской воды, причем стаж его работы начался еще в советское время. Уже тогда по периметру побережий государства отмечалось неудовлетворительное состояние системы сбора и очистки коммунальных стоков. Поэтому сейчас эта часть инфраструктуры может быть в еще более плачевном состоянии. Как известно, пресная вода легче морской воды, и она растекается по поверхности моря. А затем со всем своим неочищенным содержимым достигает городских пляжей. Поэтому частые вспышки ротавирусной инфекции могут быть объяснены не тем, что были плохо по-

мыты фрукты, а тем, что морская вода содержит кишечную палочку или другую инфекцию. Таким же образом можно заразиться дизентерией и сальмонеллезом. Выбор места для купания требует знания мест сброса коммунальных стоков в море. Не каждый приезжий располагает подобной информацией или вообще задумывается над этим. Самыми загрязненными, по мнению Андрея Пешкова, являются морские воды Ялты, Туапсе и Севастополя. Немного лучше оценивается чистота воды в Сочи. Однако в Сочи отмечают большое количество незаконных свалок, сток с которых также попадает в море. Кафе и рестораны часто работают без достаточной очистки своих стоков. При этом на побережье Черного моря продолжается строительство гостевых домов, отелей. Это увеличивает количество коммунальных стоков при отсутствии реконструкции всей системы. Ситуация в регионе Кавказских Минеральных Вод аналогичная, просто там не так очевиден вред от неконтролируемых стоков и изношенной инфраструктуры.

Интересным результатом отсутствия возможности выехать за пределы России оказался рост интереса к нашим непляжным регионам. Появился массовый спрос на путешествия на Алтай, на Байкал, на Дальний Восток. Даже Магаданская область стала предметом туристского интереса. При этом стоит отметить, что туристов не отпугивает высокая стоимость поездки на Камчатку или энцефалитные клещи на Алтае. Многие туристы на своих автомобилях посещают Поволжье, Северный Кавказ, Европейский Север. Действительно, в России много очень интересных мест для посещения. Если «Инстаграм» рассматривать как зеркало нашей реальности, то можно составить карту туристских интересов и предпочтений друзей, знакомых и знакомых друзей. Несмотря на то что отмечается ухудшение материального положения многих граждан в период пандемии, сохранилась вполне платежеспособная часть населения. И в результате можно увидеть расширение географии поездок по России. Тем более, что есть привлекательная программа туристского кешбэка, которая поддерживает не только потребителя туристских продуктов, но и через него – туристскую отрасль страны.

При таком росте туристского потока внутри страны появляются проблемы, разные по значимости и по смыслу. Среди этих проблем наиболее важной можно назвать проблему техники безопасности. Так, например, в национальном парке «Ергаки» в Красноярском крае произошло несколько нападений медведей на людей. Жертвами нападений стали как сотрудник национального парка, так и туристы. Сотрудник парка перемещался в одиночку по лесному массиву. Наверняка в документах, которые он подписывал при устройстве на работу, существовала инструкция по соблюдению правил техники безопасности. Скорее всего, проводился инструктаж, в котором существовали правила, которые он нарушил. Вина в несоблюдении правил лежит на руководителе. Сотрудник не достиг возраста 18 лет и, возможно, вообще не имел права работать в таких местах. Из материалов статей это неясно. Но очевидны нарушения, которые и привели к трагическому концу. В описанных случаях нападения медведей на туристов в этом же парке также видны просто вопиющие нарушения как со стороны сотрудников, так и со стороны туристов. Незнание правил поведения при встрече с медведем, неумение избежать контакта с животным привело к гибели двух человек. То, что до этого 15 лет не было подобных случаев, никак не оправдывает руководителей туристских групп и сотрудников национального парка.

Примером пренебрежения требованиями техники безопасности также можно считать пропажу в октябре 2020 года при восхождении на восточную вершину Эльбруса 30-летней туристки из Санкт-Петербурга. Эта трагедия произошла также в результате целой череды нарушений правил техники безопасности. Организатор восхождения привлек к работе людей, не обладающих должной квалификацией. В целях экономии заработной платы вопреки требованиям техники безопасности вместо девяти инструкторов группу сопровождали два. Группа вышла на маршрут в неблагоприятных погодных условиях и была вынуждена вернуться. Один из инструкторов до этого стал эвакуировать заболевшего туриста, и на всю группу остался один инструктор. Спуск группы в условиях плохой видимости не мог контролироваться одним инструктором. Поэтому пропажу туристки заметили поздно. Также

не могли определить место, где она отклонилась от движения группы. В результате ее не смогли найти, а организатору восхождения и инструкторам было предъявлено обвинение по статье «Оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности жизни и здоровья потребителя, совершенное группой лиц и повлекшее по неосторожности смерть человека» УК РФ, по которой предусматривается наказание до шести лет лишения свободы. Перечисление печальных происшествий можно продолжить. Так, в сентябре 2021 года опять произошла трагедия при подъеме на вершину Эльбруса. Только погибло уже пять человек, а выжившие туристы получили обморожения и травмы. События в сентябре 2021 года повторяли все ошибки 2020 года – было предупреждение о надвигающемся ненастье, на группу из 19 человек было выделено сопровождение из двух инструкторов и двух помощников, что недостаточно для сопровождения неподготовленных туристов. При этом оказалось, что инструкторы и их помощники не ориентируются на местности. Они не смогли отвести людей в пещеру, которая находилась всего в нескольких сотнях метров от их маршрута и где была нулевая температура. Там вполне можно было дождаться спасателей. Инструкторы несколько часов не могли связаться со службой спасения – не знали, в каких местах на горе работает связь.

Обидно, что гибели туристов можно было избежать, если бы люди, оказывающие туристские услуги, соблюдали требования безопасности предоставляемых услуг, имели бы нужную квалификацию, проводили инструктаж туристов, т.е. действовали в рамках закона. При этом надо проводить просветительскую работу с потенциальными туристами. Мода на активный отдых и туризм растет, в Интернете рекламируют различные туры по уровню сложности и по требованию к физической подготовке, но выделить из массы предложений реально безопасные и отвечающие требованиям к организаторам путешествий очень сложно. Сама служба спасения требует усовершенствования. Для этого есть примеры организации этих служб в других странах, например в Швейцарии. Там спасатели за свою работу получают денежное вознаграждение, которое обеспечивает система страхования туристов. Если же страховка отсутствует – оплата взимается со спасен-

ных. Это тоже может быть определенным ограничителем для легкомысленных туристов. Страховая компания никогда не выдаст страховку неподготовленному туристу, а перспектива оплачивать самому огромные суммы за работы по спасению может помочь более трезво оценивать свои силы. Также во многих странах существуют строгие требования по лицензированию инструкторов в горном туризме и альпинизме.

Таким образом, в статье рассмотрены те проблемы, которые кажутся автору наиболее важными в развитии внутреннего туризма – непрофессионализм работников сферы туризма, низкая культура потребителей туристских услуг, рост загрязнения наиболее популярных мест отдыха российских граждан.

Литература и источники

1. Газета «Московский комсомолец». URL: https://www.mk.ru

2. Газета «Аргументы и факты». URL: https://aif.ru

3. Радиостанция «Эхо Москвы». URL: https://echo.msk.ru/blog/national_projects_today/2904000-echo

4. Сайт Администрации города Сочи. URL: https://sochi.ru

5. Официальный туристский портал города Сочи. URL: https://visit-sochi.com

6. Отзывы туристов о поездке в Сочи в 2021 году. URL: https://irecommend.ru/content/gorod-sochi-rossiya

7. Вести АТОР. URL: https://www.atorus.ru/news/press-centre/new

8. Спрос на внутренний туризм в 2021 году может стать рекордным. URL: https://b2b.ostrovok.ru/blog/spros-na-vnutrennij-turizm-v-2021-godu-mozhet-stat-rekordnym

9. Вести Туризм. URL: https://travelvesti.ru

10. Отзывы об отдыхе в России // Туристер. URL: https://www.tourister.ru/responses/russia

11. Россия – отзывы и рассказы туристов. URL: https://otzyv.ru/search.php?c=sno

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ГВИНЕЯ-БИСАУ

CURRENT STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF GUINEA-BISSAU

УДК 379.851

В.А. Мартынова, *старший преподаватель кафедры экологического туризма Астраханского государственного технического университета, infanta_2000@mail.ru г. Астрахань, Россия*

V.A. Martynova, *Senior Lecturer of the Department of Ecological Tourism, Astrakhan State Technical University, infanta_2000@mail.ru Astrakhan, Russia*

Ключевые слова: туризм; экологический туризм; Республика Гвинея-Бисау; национальный парк; инфраструктура.

Keywords: tourism; ecological tourism; the Republic of Guinea-Bissau; national park; infrastructure.

Рассматривается индустрия туризма в Республике Гвинея-Бисау. Изучаются проблемы туризма в республике и возможности для дальнейшего развития различных видов туризма. Изучается туристская инфраструктура страны.

The tourism industry in the Republic of Guinea Bissau is considered. The problems of tourism in the republic and the possibilities for the further development of various types of tourism are being studied. The tourist infrastructure of the country is being studied.

© Мартынова В.А., 2021

Туризм – это не только крупный сектор мировой экономики с оборотом почти в 2 трлн долларов ежегодно, но и социально-политический и культурно-исторический феномен. Создание новых рабочих мест в сфере туризма в Африке, на которую приходится около 10% мирового оборота отрасли, содействует развитию частного предпринимательства, способствует снижению уровня бедности и достижению других целей в области устойчивого развития (ЦУР) ООН. При этом Африка обладает практически неисчерпаемым потенциалом для развития всех основных видов туризма [2].

В 2017 году количество международных туристов, прибывших в Африку, выросло на 9%, достигнув 63 млн человек, или 5% мировых международных туристических прибытий. В то же время годовой доход от туризма составил 37 млрд долларов, или 3% мировых поступлений [4].

Между регионами и отдельными странами существуют большие различия в количестве принимаемых путешественников.

Самыми посещаемыми остаются страны Северной Африки, где прирост числа иностранных туристов превышает этот показатель для Восточной и Южной Африки. Заметно отстают Западная и особенно Центральная Африка.

Гвинея-Бисау – бывшая португальская колония, которая по праву считается жемчужиной Африки. Эта западноафриканская страна, расположенная на побережье Атлантического океана и граничащая с Сенегалом и Гвинеей, поистине уникальна как по своей природе, так и по географическому положению.

В Республике Гвинея-Бисау уровень жизни очень низкий, периодически происходят вооруженные конфликты и политические перевороты, однако наличие уникальных природных ресурсов делает данную страну новым направлением экологического туризма. В настоящее время количество туристов, приезжающих в Гвинею-Бисау, невелико, в 2019 году в страну прибыло около 52 тыс. туристов [1], но потенциал для увеличения, безусловно, присутствует. Какими ресурсами обладает страна и для развития каких видов туризма – показано в данном исследовании.

Самые популярные места в Гвинее-Бисау с точки зрения познания природы – это острова Бижагош и Болама, где гнездится множество редких птиц, за которыми приезжают следить не только туристы, но и ученые-орнитологи. Живописное плато тоже является природной достопримечательностью страны и привлекает многочисленных туристов.

Исключительный интерес представляет для туристов также остров Болама с одноименным администцентром, окруженный мангровыми болотами. Также на его территории есть своя природная достопримечательность – плантации кешью.

Город Болама и архипелаг Бижагош – это основные объекты, привлекающие немногочисленных туристов. Есть также город Бафата в центре страны, где хорошо сохранилась дикая природа, многочисленные виды животных, в том числе много видов обезьян.

В Республике Гвинея-Бисау представлены многочисленные национальные парки. Один из самых самый интересных национальных парков – «Арчипель де Болама». Недалеко от него находится древний комплекс руин. Этот национальный парк нацелен на развитие экологического туризма, поэтому для экотуристов оборудованы зоны кемпинга.

Еще одним центром притяжения для экологических туристов является природный парк лагуны Куфада. Природный парк «Лагоас-де-Куфада», расположенный на юге Гвинеи-Бисау в административном районе Кинара, имеет предполагаемую площадь 890 кв. км. Это ареал обитания многих видов животных. Этот парк состоит из трех озер (Биорна, Бедассе и Куфада), здесь для туристов предоставляются такие услуги, как каякинг и рекреационный туризм.

Не менее популярен и другой природный парк – «Рио Кашеу». В общей сложности границами парка «Рио Кашеу» охвачено порядка 54,4 тыс. га земли. Данная природоохранная территория начинается примерно в 10 км к востоку от Кашеу на противоположном берегу в Рио-де-Элия и почти доходит до города Сан-Домингос. Распределение природных зон в парке следующее: манграми занято около 30 тыс. га территории, полусухим лесом и саваннами – около 11 тыс. га, и чуть меньше 10 тыс. га занимают пальмовые заросли и сельскохозяйственные угодья. Территория является опти-

мальной для комфортного проживания большого числа пернатых, что и подтверждает местная орнитофауна.

Республика Гвинея-Бисау может также предложить туристам отправиться в экологический тур в уникальный национальный парк «Ильхас де Орангоэ». На главном острове парка Оранго расположен город Этикога.

Кроме ресурсов для развития экологического туризма, в Гвинее-Бисау есть и многочисленные пляжи, однако они почти все загрязнены, что делает невозможным их использование для пляжного туризма. Чистые пляжи остались только на островах.

Экскурсионно-познавательный туризм не основывается на богатых историко-культурных объектах. Они присутствуют только в столице Бисау.

Город Бисау отличается своими скромными размерами. В основном туристы приезжают сюда для того, чтобы насладиться видом живописных отрогов возвышенного плато Фута-Джаллон. В этом городе можно отправиться в поход по джунглям или заняться хорошей морской и спортивной речной рыбалкой.

Сафари привлекает многих путешественников в Гвинею-Бисау. Туристы могут охотиться на открытой местности, а также в лесах и джунглях.

Что касается туристской инфраструктуры, то она развита в столице республики. Хороший сервис, комфортабельные чистые номера доступны туристам по оптимальной цене. В столице представлены такие отели, как Ceiba Bissau, Bissau Royal, Almagui, Império.

На сегодняшний день туры в Гвинею-Бисау не слишком популярны среди российских туристов, в частности, из-за отсутствия прямого авиасообщения с Россией, однако есть желающие ближе узнать эту загадочную и экзотическую стану. Перелет осуществляется с пересадкой в одном из аэропортов Европы или Африки.

Ведущим туроператором на российском рынке по Африке являются туркомпании «Килиманджаро» и Soltour.

В самой республике в сфере туризма работает туроператор Agenco Tours Bissau – это туроператор по выездным и въезд-

ным путешествиям и туризму, которое также предоставляет сопутствующие услуги.

Одной из глобальных проблем, сдерживающих туризм Республики Гвинея-Бисау, являются дороги. Большинство дорог за пределами столицы Бисау грунтовые. После прохождения обильных дождей они становятся абсолютно не пригодны для использования. Отсутствие транспортной инфраструктуры очень сильно сказывается на развитии инфраструктуры страны в целом.

В Гвинее-Бисау нет железных дорог. Что касается водных путей, то протяженность речных водных путей – 1300 км. И несколько рек доступны для прибрежного судоходства.

Авиасообщение в стране развито не очень хорошо, что сильно сдерживает развитие туризма в республике, так как наличие больших расстояний и неразвитая дорожная инфраструктура резко повышают значимость этого сектора. Однако недостаточное количество и нерегулярность внутренних рейсов, осуществляемых национальными авиалиниями, выступают препятствием для перемещения туристов. Регулярные рейсы выполняются по два раза в неделю из Бисау в Бабаку, Габу и Катио.

Аэропорт в Бисау обслуживает международные воздушные перевозки, а несколько небольших аэропортов и взлетно-посадочных полос обслуживают внутренние районы страны. Аэропорты в городах, где есть морские и речные порты. соединяют побережье с внутренними районами. Главный порт страны находится в Бисау. Однако международный аэропорт обладает очень ограниченной инфраструктурой, что не позволяет увеличить количество рейсов в страну и открыть новые маршруты.

У Гвинеи-Бисау есть несколько проблем, которые могут помешать процессу развития туризма, наиболее серьезные из которых связаны с ненадежностью инфраструктуры в целом.

Негативные факторы, влияющие на развитие туризма в Гвинее-Бисау, которые ограничивают приток туристов в страну:

- низкий уровень жизни населения, бедность более 70% населения;

- отсутствие современной транспортной системы и туристской инфраструктуры вблизи от национальных парков и крупнейших городов;
- недостаток обеспечения чистой питьевой водой;
- проблемы с энергоснабжением;
- неудовлетворительные услуги здравоохранения;
- скудные средства телесвязи;
- проблемы безопасности;
- недостаточность финансирования сферы туризма со стороны государства.

Большой проблемой в стране остается качественная подготовка кадров для туристического бизнеса. В республике нет высших учебных заведений. Уровень обслуживания даже в сетевых отелях не соответствует мировым стандартам, в то время как поток деловых туристов и путешественников растет.

Несмотря на столь существенные проблемы, туризм в стране развивается, конечно, очень медленно, однако данное туристическое направление является перспективным даже в условиях экономического кризиса.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что Республика Гвинея-Бисау обладает огромным потенциалом для развития на ее территории туризма.

Для успешного развития туристического бизнеса в Гвинее-Бисау необходимо устранить ряд серьезных проблем, мешающих нормальному функционированию сферы туризма. Большое значение для развития туризма в Гвинее-Бисау имеют разработка и продвижение качественных конкурентоспособных туристических программ и маршрутов, которые позволят обеспечить приток туристов в данный регион.

Литература и источники

1. Гвинея-Биссау – Международный туризм, число прибытий. URL: https://knoema.ru/atlas/-/topics//--/- (дата обращения: 28.08.2021).

2. Гришина Н.В., Костелянец С.В. Туризм на Африканском континенте: возможности и угрозы // Азия и Африка сегодня. 2019. № 10. С. 52–54.

3. Калиниченко Л.Н., Новикова З.С. Туризм в Африке // Азия и Африка сегодня. 2019. № 5. С. 53–59.

4. UNWTO. Tourism in Africa: A Tool for Development. URL: cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/tourism_africa_tool_ development1. compressed.pdf (дата обращения: 27.08.2021).

КОННЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

EQUINE TOURISM IN RUSSIA: PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

УДК 338.486

П.Н. Мирошниченко, *доцент кафедры туризма и индустрии гостеприимства Чеченского государственного университета, канд. филос. наук, доцент, pmiroshnichenko@mail.ru г. Грозный, Россия*

P.N. Miroshnichenko, *Associate Professor Department of Tourism and Hospitality of the Chechen State University, PhD in Philisophy, pmiroshnichenko@mail.ru Grozny, Russia*

Ключевые слова: туризм; туроператор; конный туризм; проблемы конного туризма; коневодство; перспективы развития туризма.

Keywords: tourism; tour operator; equine tourism; equine tourism problems; equine industries; tourism development prospects.

© Мирошниченко П.Н., 2021

Анализируются проблемы, характерные для современного конного туризма в России. Основной вывод автора состоит в том, что туроператоры, позиционирующие себя как организаторы туров конного туризма, не имеют финансовых и кадровых ресурсов для этого. Мировой опыт показывает, что перспективы развития конного туризма обусловлены общим состоянием коневодства в стране. Решение проблем по развитию конного туризма требует проведения реформ в области законодательства о туризме и практики регулирования туристской деятельности.

The article is devoted to the analysis of typical problems modern equine tourism in Russia. The main conclusion of the author is that tour operators positioning themselves in the organization of equine tourism do not have the financial and human resources for this. World experience shows that the prospects for the development of equestrian tourism are determined by the general condition of equine industries in the country. The solution of problems in the development of equine tourism requires reforms in the area of tourism legislation and the practice of regulating tourism activities.

В отечественной литературе проблематика конного туризма нашла свое отражение только в последние годы и по содержанию имеет во многом региональный характер. В периодических изданиях и в материалах конференций представлены в основном не отчеты об успехах, а анализ тех проблем, с которыми связана организация конного туризма, предпринимаются попытки очертить перспективы его развития в отдельных регионах. На основе текстологического анализа содержания статей эти проблемы в обобщенном виде представлены ниже:

1. Нехватка специалистов в области организации конных туров и низкий уровень квалификации персонала, задействованного на конных туристских маршрутах [1; 2].

2. Практически отсутствует необходимая инфраструктура для организации конного туризма (подготовленные и промаркированные маршруты, оборудованные стоянки и т.д.) [1; 2; 3].

3. Высокие цены на конные туры не соответствуют качеству и безопасности предоставляемых услуг (низкий уровень или полное отсутствие предпоходной подготовки, часто отсутствуют или фальсифицированы ветеринарные свидетельства лошадей и т.д.) [1; 2].

4. Отсутствие во многих регионах, имеющих ресурсы и предпосылки для развития конного туризма, предложений по конным турам [4; 5; 6].

Перечень туристских предприятий, предлагающих конные туры, достаточно ограничен. Так, например, в одной из статей [7] представлен следующий перечень коммерческих предприятий, специализирующихся на конных турах: Russia Discovery, Adventure-Guide, Pro-Adventure, «СВ-Астур», Horsetrip. Несмотря на ограниченный список, география предлагаемых этими фирмами конных туров весьма обширна. Так, например, туристическая фирма «СВ-Астур» предлагает конные туры в таких регионах, как Алтай, Крым, Северный Кавказ, Южный Урал, Ивановская область, Костромская область. Согласно информации с сайта фирмы, свой первый конный маршрут она создала еще в 2002 году, а сама фирма действует с 1999 года [8].

Казалось бы, можно полностью доверять такой фирме. Но действительность выглядит по-другому. Компания ООО «Туристическая фирма “СВ-Астур”» была создана четырьмя учредителями и зарегистрирована в Едином государственном реестре юридических лиц 10 февраля 2005 года. С 2015 года фирма имеет отрицательное сальдо по финансовой деятельности. Сайт информирует потенциального потребителя, что фирма, как и дочернее предприятие «СВ-Астур Юг», внесена в Единый реестр туроператоров России, но поиск по реестру не дал результата.

Большинство фирм, позиционирующих себя в организации туров конного туризма, не имеют ни финансовых, ни кадровых ресурсов для организации такого туризма. Среднесписочный состав сотрудников этих фирм колеблется – от 1 до 3 человек, в число которых явно не могут входить опытные инструкторы-проводники. Формирование тура выглядит примерно так: фирма заключает договор с каким-либо конным клубом в регионе на предоставление услуг – и на этом вся де-

ятельность по формированию тура заканчивается. Но конные клубы – это автономные некоммерческие организации, которые при государственной регистрации указывают код ОКВЭД 94.99 – деятельность прочих общественных организаций, не включенных в другие группировки. Как правило, перечень предоставляемых ими услуг весьма ограничен: обучение верховой езде, краткосрочные конные прогулки, иппотерапия, сдача в аренду лошадей и т.д. Но проектирование маршрута конного туристского похода не входит в их компетенцию.

Рассматривая проблемы конного туризма в России, нельзя обойти молчанием такую его разновидность, как конно-спортивный туризм, который находится в ведении Федерации спортивного туризма России (ФСТР). ФСТР является преемницей Всесоюзной федерации туризма. В советский период существовало 950 областных и городских туристских клубов, спортивными походами было охвачено более 10 млн человек, проводились соревнования различного уровня, звание «Мастер спорта СССР» было присвоено более чем 1500 туристам. Только в 1990 году это звание было присвоено 124 туристам, более 80 тыс. туристов были присвоены I–III разряды, а значок «Турист СССР» получили около 250 тыс. человек.

Сегодня на сайте ФСТР (https://tssr.ru/horse/) ведется Официальный календарь по конным дистанциям, можно найти сведения о международных соревнованиях по конному туризму. В России соревнования по конному спортивному туризму стали проводиться с 2004 года; в настоящее время условия этих соревнований соответствуют дисциплине TREC (франц. Technique de randonee equestre de competition, англ. Equestrian Competition Riding Techniques – Техника конных походов в условиях соревнований), утвержденной Международной федерацией конного туризма (FITE). Организацией соревнований по технике TREC занимается межрегиональная общественная организация «Национальный центр конного туризма» (МОО НЦКТ), являющаяся официальным представителем от России в FITE. За период с 2012 по 2018 год в России было проведено 40 официальных соревнований различной категории сложности (от 1-й до 3-й) по спортивному туризму в дисциплине «Дистанции на средствах передвижения (кон-

ная)». В 2017 году был опубликован регламент проведения таких соревнований.

Приказом Министерства спорта Российской Федерации от 22 апреля 2021 года № 255 были утверждены «Правила вида спорта “Спортивный туризм”». В них указано, что спортивный туризм включает в себя две группы спортивных дисциплин и одну отдельную спортивную дисциплину (северная ходьба). В группы дисциплин отдельные спортивные дисциплины объединяются по признаку того, что лежит в основе организации соревнования – «преодоление дистанции» или «прохождение по маршруту». В Правилах сформулированы требования к конным туристским маршрутам I–VI уровням сложности, которые определяются протяженностью маршрута в километрах, его интенсивностью в баллах (интегрированная оценка по протяженности и продолжительности) и продолжительностью в днях. Так, для конных маршрутов I–III категории сложности установлена протяженность 80 км и продолжительность 5–8 дней. Конный спортивный туризм, таким образом, представлен соревнованиями как по преодолению дистанций, так и по прохождению маршрута. В Правилах сформулированы требования к участникам соревнований, лошадям, снаряжению и дистанциям; соревнования проводятся при условии классификации и наличия акта приема-сдачи дистанции, регламентируется допуск к соревнованиям.

Постановка вопроса о перспективах развития конного туризма в стране или отдельно взятом регионе предполагает поиск ответов на следующие вопросы:

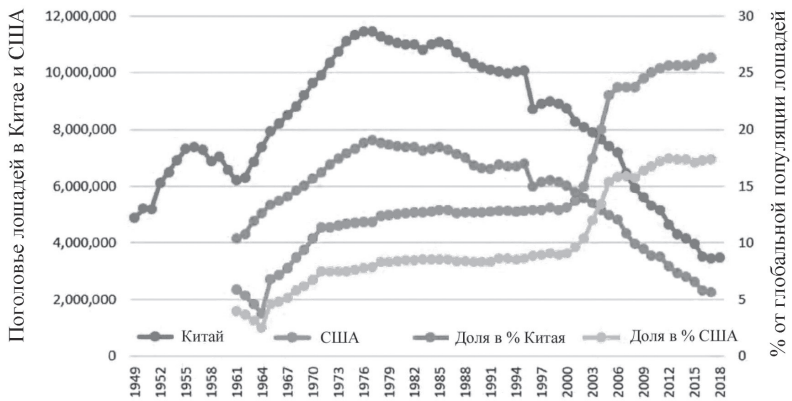
1. Каков уровень развития коневодства в регионе? Это связано с основным ресурсом развития конного туризма – наличием поголовья лошадей, которых можно использовать в туристско-рекреационных целях.

2. Располагает ли регион подходящими ландшафтами, природными и культурно-историческими объектами, на основе которых можно будет проектировать маршруты конных походов?

3. Обеспечен ли регион кадрами, способными создавать проекты конных походов, обеспечивать работу на маршрутах, оказывать ветеринарную поддержку организациям, работающим с лошадьми?

4. Каковы источники финансирования развития конного туризма? Маршруты конных походов требуют создания соответствующей инфраструктуры, в том числе и конно-спортивных клубов, которые будут брать на себя первичную подготовку к походу, обеспечение маршрутов лошадьми, подготовку опытных инструкторов.

По статистике 75% мирового поголовья лошадей сосредоточено в развивающихся странах и 25% – в развитых странах, из них 17% – в США и 6% – в странах ЕС. Тенденции изменения подхода к индустрии коневодства достаточно наглядно могут быть представлены путем сравнения США и Китая (см. рис.).



Изменение поголовья лошадей в Китае и США с 1949 по 2018 год [9]

С 1961 по 2004 год в Китае было больше всего лошадей в мире, но с тех пор как с конца 1970-х годов начался переход на рыночную экономику, популяция лошадей значительно и неуклонно сокращалась: с 11,5 млн в 1978 году до 3,47 млн в 2018 году. В США же с середины 1960-х годов наблюдался значительный и стабильный рост популяции лошадей, и с 2004 года эта страна является крупнейшей в мире конной державой. Рост популяции лошадей в Соединенных Штатах с середины 1960-х годов был связан в основном с увеличением владения лошадьми отдельными домашними хозяйствами

с собственной землей. Вторым обстоятельством увеличения поголовья лошадей в Соединенных Штатах было то, что лошади разводились в основном для отдыха и развлечений, а не для получения дохода. То есть рост поголовья лошадей был обусловлен общим экономическим ростом и увеличением личных доходов определенной части населения США. Отметим попутно, что именно второе обстоятельство привело к популярности конных соревнований по технике TREC; в настоящее время в США вокруг этих соревнований сформировалась целая индустрия: производство специальных средств перевозки лошадей, амуниции для всадников и оборудования для содержания лошадей, выпуск специальной литературы по этим вопросам.

Еще одним показателем уровня развития коневодства в стране является соотношение поголовья лошадей и численности населения. Безусловным лидером по этому показателю является Исландия, где на 1000 населения приходится более 200 лошадей. К примеру, для Швеции, которая в Европе лидирует по общему поголовью лошадей, этот показатель в десять раз ниже. В среднем же по Европе этот показатель составляет 15 лошадей на 1000 жителей [10]. В России, где на 2019 год общее поголовье лошадей составляло 1,3 млн голов, этот показатель составляет около девяти лошадей на 1000 населения. При этом в спортивно-досуговом направлении российского коневодства используется приблизительно 14 тыс. лошадей.

Успехи Исландии в развитии конного туризма базируются на существующей в обществе культуре верховой езды, обычным делом являются семейные поездки верхом на лошадях. Во внутреннем туризме широкой популярностью пользуются конные туры с группой друзей на срок от двух дней до двух недель. В Исландии конный туризм является также важной частью въездного туризма: в межсезонье доля этого вида туризма составляет 15%, повышаясь в высокий сезон до 18%. Специализирующиеся на конном туризме турфирмы Исландии имеют, как правило, собственных лошадей, практикуя их дополнительную аренду

В 2014 году в мировом рейтинге коневодства Россия занимала седьмое место с общим количеством лошадей 1,362 млн голов; с 1990 года поголовье лошадей в стране сократилось

на 1 млн. В представленном в 2019 году проекте Стратегии развития коневодства Российской Федерации на период до 2025 года отмечается тенденция роста численности лошадей в стране за период с 2006 по 2018 год на 7,6%. В документе была сформулирована задача к 2025 году достичь показателя поголовья лошадей в стране 1,6 млн, т.е. увеличить темпы роста почти в два раза [12]. Даже с учетом этого роста показатель отношения количества лошадей на 1000 жителей России будет составлять 11 голов, что ниже среднеевропейского показателя.

Регионы России – лидеры по разведению лошадей – это Якутия, Башкирия, Алтай, Забайкалье и Тыва. Причем Республика Тыва вошла в пятерку только в 2020 году. Если в 2000 году в регионе общая численность лошадей составляла всего 25 тыс. голов, то в 2020 году их количество достигло 84 тыс. голов; т.е. за 20 лет имел место более чем троекратный рост поголовья. Но трудно будет ожидать большого роста конного туризма в этих регионах, если не будет решена проблема их транспортной доступности для туристов. Не следует также забывать, что задача развития конного туризма требует комплексного подхода с учетом сформулированных выше вопросов.

При существующем в настоящее время туристском законодательстве и практике регулирования сферы туризма перспективы быстрого развития конного туризма в стране представляются весьма сомнительными. Как показывает опыт других стран, в развитии конного туризма возможны два пути. По первому из них пошел Китай, используя для этих целей конно-туристские и конно-спортивные клубы, количество которых с 2005 по 2019 год увеличилось почти в 20 раз. Второй путь подкреплен опытом Исландии – развитие конного туризма на базе фермерских хозяйств. В нашей стране возможно использование как первого, так и второго пути. Но в обоих случаях нужно решать вопросы по проектированию трасс маршрутов, аттестации этих трасс и инструкторов-проводников по конному туризму, что невозможно без совершенствования нормативной базы туристской деятельности.

Литература и источники

1. Бондаренко А.С., Курбанова Л.М. Особенности развития конного туризма в Хабаровском крае // Научно-техническое экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2020. № 2. С. 238–243.

2. Гоголева В.С. Конный туризм в Республике Саха (Якутия) // Вестник СВФУ. Серия «Науки о Земле». 2018. № 2 (10). С. 26–31.

3. Исакаева А.П., Утегенов Р.А., Безуглова М.С. Перспективы развития конного туризма в Астраханской области // Экология России: на пути к инновациям. 2016. № 16. С. 58–60.

4. Бисингалиева А.Ж. Оренбургская область как перспективный регион для развития конного туризма // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. научно-метод. конф. Оренбург: Изд-во Оренбург. гос. ун-та, 2017. С. 1117–1120.

5. Сабурина А.А. Развитие конного туризма на территории Калининградской области // Совершенствование системы физического воспитания, спортивной тренировки, туризма, психологического сопровождения и оздоровления различных категорий населения: материалы XVIII Всерос. научно-практ. конф. с междунар. участием (Сургут, 15–16 ноября 2019 г.). Сургут: Россиздат, 2019. С. 370–373.

6. Шевцова М.А. Проблемы и перспективы развития конного туризма в регионе // XXI Державинские чтения: материалы Общерос. науч. конф. (Тамбов, 19 апреля 2016 г.). Тамбов: Изд-во Тамбов. гос. ун-та, 2016. С. 338–344.

7. Гречкина А.Ю., Кульгачев И.П. Перспективы развития конного туризма в России // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. № 1. С. 34–41.

8. СВ-Астур. URL: http://www.svastour.ru, свободный (дата обращения: 03.09.2021).

9. Wang Q., Zou Ya. China’s Equine Industries in a Transitional Economy: Development, Trends, Challenges, and Opportunities // Sustainability. 2020. Vol. 12.

10. Helgadóttir G., Sigurðardóttir In. Intangible heritage of Icelandic equestrianism: the experience of domestic horse tourists // Mondes du Tourisme [Online]. 2020. Vol. 18. URL: http://journals.openedition.org/tourisme/3208 (дата обращения: 05.09.2021).

11. Helgadóttir G. The Culture of Horsemanship and Horse Based Tourism in Iceland // Current Issues in Tourism. 2008. Vol. 9 (6). Pp. 535–548.

12. Стратегия развития коневодства Российской Федерации на период до 2025 года (проект) // Ассоциация развития коневодства. URL: http://ark-rf.ru/ (дата обращения: 03.09.2021).

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭНЕРГООБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИЗМА В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГЕЛИОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

PROSPECTS OF SOLAR RESOURCES DEVELOPMENT FOR TOURISM ENERGY SUPPLY IN ASTRAKHAN REGION

УДК 338.48+620.92

Л.В. Нефедова, *старший научный сотрудник, канд. геогр. наук, nefludmila@mail.ru*
Ю.Ю. Рафикова, *старший научный сотрудник, канд. геогр. наук, ju.rafikova@gmail.com*
Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

L.V. Nefedova, *Senior Researcher, PhD, nefludmila@mail.ru*
Yu.Yu. Rafikova, *Senior Researcher, PhD, ju.rafikova@gmail.com*
Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: возобновляемые источники энергии; гелиоэнергетические ресурсы; природно-ресурсные риски; рыболовство; экологический туризм; туристская индустрия; фотоэлектрические системы.

© Нефедова Л.В., Рафикова Ю.Ю., 2021

Keywords: renewable energy sources; solar energy resources; resources risks; eco-tourism; fishing; ; photovoltaic systems; tourist industry.

В туристической отрасли Астраханской области наибольшую долю составляют посещения с целью рыболовства, а также экологические маршруты в заповедниках. Рассмотрены возможности и перспективы использования гелиоресурсов в Астраханской области. Проведен анализ природных, технических и экономических предпосылок для использования гелиоустановок в электро- и теплоснабжении объектов туриндустрии в регионе. Проанализирована пространственно-временная изменчивость поступления солнечной радиации на земную поверхность в области по данным NASA POWER. Выделены районы с более низкой изменчивостью, которые являются зонами минимальных природно-ресурсных рисков использования солнечной энергии. На основании проведенных исследований с использованием ГИС-технологий выделены территории в Астраханской области, наиболее перспективные для размещения автономных солнечных установок для энергообеспечения рыболовных баз и экологического туризма.

In the Astrakhan Region tourism, the goals of visiting nature reserves and fishing prevail. The natural, technical and economic prerequisites for the use of solar installation in the power and heat supply of tourism industry objects in the region are reviewed. The spatio-temporal variability of solar radiation to the earth's surface is analyzed according to NASA POWER data. Areas with low variability are identified, which are areas of minor natural resource risk of using solar resources. Based on the studies using GIS-technology, the territories in the Astrakhan Region, that are most promising for the deployment of autonomous solar installations for energy supply of ecological tourism and fishing.

Астраханская область имеет весьма разнообразные ландшафты, делающие этот регион одним из неповторимых мест России, уникальным в плане развития туризма. На территории

представлены пойменные луга и пустыни, прибрежные леса и бесплодные солончаки, густые заросли тростника и лотоса. Во флоре и фауне региона представлено немало редких видов растений и животных. Расположение в южной части Восточно-Европейской равнины на территории вдоль долины реки Волги, в Прикаспийской низменности, в Волго-Ахтубинской пойме и дельте Волги позволяет развивать в регионе многие виды туризма. Протоки, заливные озера, ильмени Волго-Ахтубинской поймы обладают широкими возможностями для круглогодичного рыболовного туризма. Рекреационные ресурсы дельты Волги и Северного Каспия позволяют развивать климатический, санаторно-курортный туризм, организовывать разнообразные формы отдыха, охоты и рыбалки. На территории Астраханской области расположены также обширные природные охотничьи угодья. Целебные свойства воды, рапы и грязей озер Баскунчак, Мраморное, Лечебное и других, разведанные к настоящему моменту источники минеральных (курорт «Тинаки») и радоновых вод, существующие на территории традиции кумысолечения наряду с условиями для климатолечения своими суммарными бальнеологическими ресурсами создают условия для развития лечебно-оздоровительного курорта мирового уровня [1].

В Астраханской области сформировано два заповедника и 12 заказников. Астраханский государственный природный заповедник федерального значения обладает международным статусом биосферного резервата водно-болотных угодий (общая площадь – 68 тыс, га, площадь охранной зоны – 31 тыс. га, из них 11,3 тыс. га – акватория). Данный заповедник входит в водно-болотное угодье международного значения «Дельта Волги» и является ключевой орнитологической территорией. Целью функционирования данной особо охраняемой природной территории (ООПТ) является охрана мест гнездования и перелета водоплавающей птицы, рыбных нерестилищ, рыбных ям, а также редких растений – лотоса, чилима и др. С 1997 года в Ахтубинском районе действует строгий природный резерват – Болдино-Баскунчакский заповедник федерального значения площадью 18,5 тыс. га [2]. В ООПТ большое внимание уделяется осуществлению экологического мониторинга, экологическому просвещению, апробированию

и внедрению на территории биосферного полигона заповедника методов рационального природопользования, не разрушающих окружающую природную среду и не истощающих биологические ресурсы. В 2013 году создан природный парк «Волго-Ахтубинское междуречье» регионального значения площадью 195 тыс. га в целях сохранения и восстановления природных комплексов или их компонентов и поддержания экологического баланса в пойме Волги.

В последние годы туристы все чаще предпочитают отдыхать в нетронутых или мало тронутых человечеством местах. Экотуризм получил широкую популярность и пропагандируется в качестве устойчивого вида туризма. В Астраханской области развитие экологического туризма в ООПТ осуществляется на территории Астраханского государственного природного биосферного заповедника и Богдинско-Баскунчакского государственного природного заповедника. В Астраханском заповеднике имеется 12 водных маршрутов, проложенных по граничным с охранной зоной протокам и ерикам, общей протяженностью 238 км. На Дамчикском участке заповедника имеется Музей природы, работают информационные центры. В охранной зоне проходит один пеший маршрут – на Дамчикском участке протяженностью 51 км [2]. На территории Богдинско-Баскунчакского заповедника действуют два пеших экологических маршрута общей протяженностью 19 км и один автомобильный (70 км), в 2010 году создан Музей природы. По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Астраханской области, количество посетителей заповедников колеблется в районе 3 тыс. человек в год, основной вклад в развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях вносит Богдинско-Баскунчакский заповедник (около 80%) [1].

Исследования по развитию туризма в Астраханской области получили развитие в Астраханском государственном университете (АГУ) на геолого-географическом факультете, где изучаются проблемы туризма и рекреации на охраняемых природных территориях Астраханской области. Ежегодно в АГУ проводится международная научно-практическая конференция «Туризм и рекреация: инновации и ГИС-

технологии». На протяжении последних десятилетий экспертами отмечается, что ряд видов туризма (рыболовный, водный, пляжный, экстремальный) отрицательно сказывается на состоянии природных территорий. Проблема регулирования антропогенных нагрузок стоит очень остро, и решить ее невозможно без их нормирования. Разрабатываются оценки по допустимым нагрузкам на участки ООПТ при рекреационном воздействии в пойме и дельте Волги. Это даст возможность свести к минимуму негативные последствия рекреационного освоения территорий. В региональные программы развития внесены задачи по расширению природоохранных зон и усовершенствованию их инфраструктуры [3]. Показано положительное влияние экологического туризма на сохранение ООПТ и обосновано значение этой формы туризма как одного из важнейших средств устойчивого развития природных территорий в Астраханской области [4]. Уже сейчас на территориях ООПТ Астраханской области известны случаи обеспечения нужд энергоснабжения при помощи солнечной энергии. Это и энергообеспечение удаленных кордонов, и обеспечение энергией видеоловушек для наблюдения за животными [5]. Использование фотоэлектрических установок может не ограничиваться этим. Известны проекты Оренбургской области по обеспечению водопоев животных на территориях заповедников (энергоснабжение скважинных насосов за счет солнечной энергии), а также экопросветительские проекты и научные экспедиции, такие как экспедиция «Эковолна» [6]. Подобные проекты не только способствуют повышению уровня жизни населения и развитию инфраструктуры, но и играют значимую роль в развитии экологической сознательности общества.

Разработана концепция новой Программы развития туризма до 2025 года. Популяризация речных и морских круизов, экологических маршрутов и оздоровительных туров в комплексе с повышением уровня сервиса и инфраструктуры легли в основу концепции развития туризма в Астраханской области. Она станет частью нового Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», призванного увеличить число поездок внутри страны. Развитие объектов для экологического туризма предусматривает оборудование кемпингов

и глэмпингов (кемпингов повышенной комфортности), создание курортно-гостиничного комплекса «Баскунчак» возле одноименного озера, известного своими лечебными свойствами.

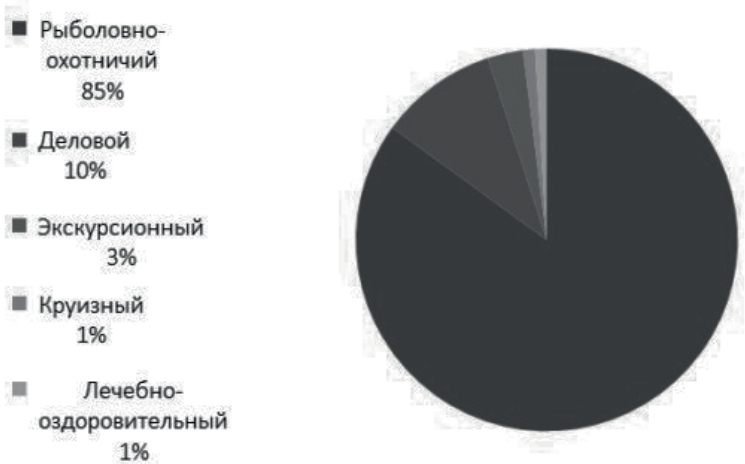


Рис. 1. Распределение турпотока в Астраханской области по видам туризма в 2018 году [8]

В год регион посещают около 1,7 млн гостей, и объем оказываемых им услуг постоянно увеличивается. Распределение числа посещений Астраханской области в зависимости от целей представлено на рис. 1. Для наращивания туристического потенциала региона необходим комплексный и системный подход к повышению качества сервиса. Среди мер по развитию маршрутов предлагается введение курортного сбора за пользование инфраструктурой и выработка строгих экологических и природоохранных стандартов. По прогнозам региональных властей, мероприятия туристической программы помогут увеличить за пять лет приток гостей в Астраханскую область на 25% – до 2 млн человек [7]. Федеральная поддержка обеспечивается участием Астраханской области в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)».

В Астраханской области создано большое количество баз отдыха, предоставляющих услуги по проживанию разного уровня комфортности и по организации рыбалок. По данным Программы развития туристского кластера Астраханской области (в актуализации 2018 года) [8], в области располагались около 500 баз отдыха, однако по состоянию на второе полугодие 2020 года получили разрешение на оказание туристских услуг всего 110 баз отдыха (табл. 1). На официальном сайте Туристско-информационного центра области представлены данные по этим объектам туриндустрии [9].

Таблица 1

Число баз отдыха в Астраханской области (по состоянию на 1 июля 2020 года)

Район	Количество баз отдыха
Володарский	17
Енотаевский	13
Икрянинский	4
Камызякский	31
Красноярский	3
Лиманский	6
Наримановский	2
Приволжский	4
Харабалинский	28
Черноярский	2

Значительное число туристов, прибывающих в Астраханскую область с целью отдыха и ловли рыбы, размещаются на территории самостоятельно. Последствия от неорганизованного проживания могут оказывать особенно негативное влияние на экологическое состояние территории.

Согласно данным, представленным на сайте туристического агентства DeltaFishTour [10], большая часть баз размещения, наиболее востребованных прибывающими в Астраханскую область с целью рыбной ловли, изолированы от подключения к сетям энергоснабжения и оборудованы дизель-генераторами для обеспечения автономного энергоснабжения. Условия инсоляции Астраханской области позволяют применять для целей электроснабжения таких рыболовных и охотничьих баз фотоэлектрические установки. Средняя за день поступающая суммарная радиация составляет в летний период 5,5–6,5 кВт на 1 кв. м в день [11]. Стабильность подачи электроэнергии может быть обеспечена как за счет использования аккумулирующих мощностей, так и за счет дублирующих дизельных или бензиновых электрогенераторов [12].

Мировое снижение цен на фотоэлектрические панели за последние 10 лет (в среднем с 1,0 до 0,05 долл./кВт×ч), сопровождаемое повышением цен на бензин и дизельное топливо, делает использование такого вида электроснабжения экономически целесообразным. В России в настоящее время имеется значительный опыт по использованию гелиоресурсов для горячего водообеспечения, работает большое число компаний, предоставляющих услуги по подбору, комплектации и поставкам оборудования фотоэлектрических гелиоустановок для электроснабжения и солнечных коллекторов для горячего водоснабжения. Предлагаются варианты установок как зарубежных (преимущественно китайских) производителей, так и отечественных. В России к настоящему моменту налажено производство фотоэлектрических панелей на заводах в Новочебоксарске (группа компаний «Хевел») и в Подольске (группа компаний «Солар Системс»).

В Астраханской области уже имеется опыт работы солнечных электростанций большой мощности. К настоящему моменту в регионе работают 12 солнечных электростанций (СЭС). Первой была СЭС «Заводская», введенная в эксплуатацию компанией «Солар Системс» в марте 2017 года. Всего этой группой компаний построено в Астраханской области четыре СЭС суммарной мощностью 60 МВт («Заводская», «Промстрой», «Октябрьская» и «Песчаная» мощностью по

15 МВт каждая). Для СЭС «Заводская», согласно данным отчетности ГК «Солар Системс», за период с 1 сентября 2017 года по 25 декабря 2018 года среднее значение коэффициента использования установленной мощности (Киум) за 16 месяцев составило 15,26%. Для СЭС «Промстройматериалы» с 1 мая по 12 декабря 2018 года –17,76% (по нашим расчетам). По-видимому, такие различия значений Киум обусловлены тем, что для СЭС «Заводская» в расчетный интервал времени вошел более длительный период более низкого уровня инсоляции (осень-зима 2017/18). Если сравнить, то в Китае данный коэффициент составляет 14%, а в Германии – всего лишь 10%. Таким образом, фотоэлектрические панели могут использоваться в Астраханской области значительно более эффективно, нежели в Германии, где после программы «Миллион солнечных крыш» установленная мощность фотоэлектрических СЭС составила к 2020 году 49 ГВт. Также четыре СЭС («Володаровка», «Енотаевка», «Элиста Северная» и «Михайловская») по 15 МВТ построены австрийским частным инвестиционным фондом. Однако данные о результатах работы этих станций в открытом доступе не публикуются. И четыре СЭС, включая крупные СЭС по 60 МВт («Фунтовская» и «Ахтубинская») суммарной мощностью 165 МВт сооружены ГК «Хевел».

Результаты работы солнечных электростанций ГК «Хевел» в Астраханской области были использованы нами для расчетов значений коэффициента использования установленной мощности (табл. 2). Группа компаний «Хевел» со штаб-квартирой в Москве является совместным предприятием ГК «Ренова» и АО «Роснано», основанным в 2009 году. Это крупнейшая российская компания в отрасли солнечной энергетики. Завод по производству солнечных модулей «Хевел» расположен в Новочебоксарске Чувашской Республики, а в Санкт-Петербурге расположен Научно-технический центр тонкопленочных технологий в энергетике при ФТИ имени А.Ф. Иоффе – профильная научная организация, занимающаяся исследованиями и разработками в области солнечной энергетики в России.

Таблица 2

Эффективность работы СЭС Астраханской области в 2019–2020 годах (рассчитано по [13; 14])

СЭС	Мощ-ность, МВт	Ввод в эксплуа-тацию	Киум, %				
			II кв. 2019 г.	III кв. 2019 г.	IV кв. 2019 г.	I кв. 2020 г.	Ср. год.
Нива	15	23.04.18	20,32	17,57		6,89	13,45
Фунтовская (1–4 очереди)	60	24.12.18	21,36	16,72	6,55	10,67	14,24
Ахтубинская (1–4 очереди)	60	20.02.19	22,73	17,44	5,22	10,74	13,72
Лиманская (1–2 очереди)	30	28.11.19				11,26	14,38

Необходимо отметить, что ячейки модулей производятся по гетероструктурной технологии и имеют теоретический КПД 23,5%, что позволяет обеспечивать мощность модулей, состоящих из 60 ячеек, до 325 Вт.

Гетероструктурная технология предусматривает формирование солнечных элементов на основе контакта двух типов полупроводников: легированных слоев аморфного кремния с положительными носителями заряда (p) и кристаллического кремния с отрицательными носителями заряда (n). Ключевыми преимуществами технологии гетероперехода являются высокий КПД и стабильность параметров, что позволяет обеспечивать высокое качество конечной продукции.

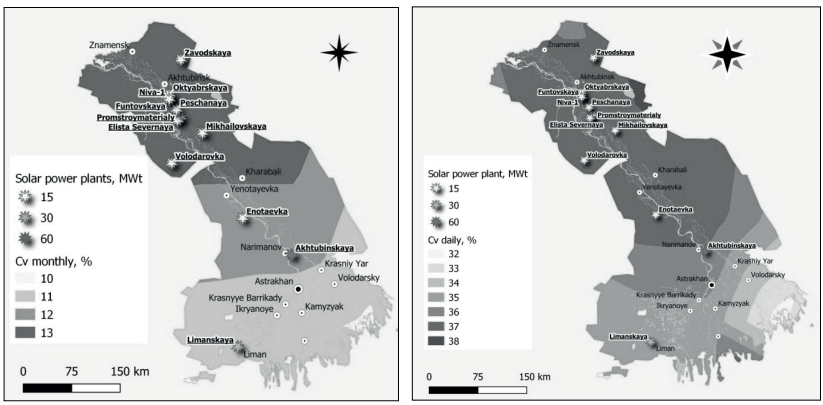
Таким образом, условия поступления солнечной радиации позволяют достигать средних значений Киум для летних месяцев более 22%. Такое высокое значение Киум показывает перспективы эффективного использования фотоэлектрических установок для энергообеспечения баз размещения рыболовно-охотничьего и экологического туризма.

Для проведения оценок пространственно-временной изменчивости поступления суммарной солнечной радиации (S_r) на горизонтальную поверхность для Астраханской области были выполнены расчеты статистических характеристик падающей солнечной радиации по данным базы NASA POWER за десятилетний период (2009–2018 годы) [15]. Массивы данных для проведения расчетов были сформированы из указанных исходных материалов с шагом сетки 0,5°×0,5°. Для определения степени изменчивости поступления прямой солнечной радиации на горизонтальную поверхность послужили расчеты коэффициента вариации (C_v). Оценивалась изменчивость среднемесячных и суточных значений.

$$C_v^j = \frac{\left[\frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N}\left(x_{ij} - \overline{x}_j\right)^2\right]^{\frac{1}{2}}}{\overline{x}_j},$$

где x_{ij} – поступление суммарной солнечной радиации на горизонтальную поверхность $\left(\frac{kWh}{m^2 day}\right)$; N – порядковый номер года по ряду вычислений; $j = 1, \ldots, 12$.

Были выполнены вычисления среднемноголетних значений коэффициентов вариации поступления солнечной радиации для каждого месяца и для года. Значения коэффициента вариации месячных или среднемесячных суточных сумм радиации характеризуют межгодовую изменчивость, C_v суточных сумм – межсуточную. На основании полученных многолетних данных с использованием геоинформационных (ГИС) технологий были созданы карты распределения среднемесячных значений $C_{v\ мес}$ за 2009–2018 годы (рис. 2), а также данных о внутримесячной изменчивости путем расчетов $C_{v\ сут}$ за тот же период по месяцам.



а б

Рис. 2. Карты распределения значений коэффициента вариации поступления прямой солнечной радиации на горизонтальную поверхность, по данным базы NASA POWER, за десятилетний период (2009–2018 годы) в Астраханской области:
а) среднемесячные значения $C_{v\ мес}$; б) среднегодовое значение $C_{v\ сут}$

В настоящее время методы геоинформатики активно используются при изучении потенциала солнечной энергии и оценке рисков для различных территорий [16–18]. ГИС открывают возможности для решения ряда важных задач, таких как визуализация ресурсов для расчета величин технического и экономического энергопотенциала по видам ВИЭ, анализ

территорий по уровню обеспеченности ресурсами и возможности размещения на них объектов солнечной и ветровой энергетики применительно к разным масштабам территориальных исследований.

Согласно представленным на рис. 2 картам, наиболее благоприятными для размещения гелиоустановок являются территории, расположенные в пойме Волги. Здесь значения $C_{v\ \text{мес}}$ составляют менее 10%, т.е. риски перебоев в работе фотоэлектических панелей минимальны и может быть обеспечено гарантированное энергооснабжение изолированных потребителей на базах размещения туристов.

Таким образом, использование гелиоэнергетических ресурсов в Астраханской области для энерго- и теплоснабжения на базах размещения туристов может привести к положительным сдвигам в состоянии окружающей среды на территориях и акваториях наиболее активного посещения и проживания прибывающих на рыбную ловлю в летний период, а также обеспечит сохранение экологической стабильности в ООПТ при дальнейшем планируемом расширении экологического туризма. Проведенный анализ территориальной неравномерности распределения условий и изменчивости поступления солнечной радиации в Астраханской области показал, что наиболее низкие ресурсные риски для использования фотоэлектрических установок для энергообеспечения присущи южным районам области, где расположено большинство рыболовных баз и участки Астраханского заповедника. Дальнейшими целями исследованиями могут быть проведение оценок степени и экономической эффективности энергообеспечения на конкретных территориях Астраханской области по месяцам исходя из данных о поступлении солнечной радиации и характеристиках энергопотребления на базах размещения туристов и рыбаков.

Исследование выполнено в рамках Программы развития Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова «Будущее планеты и глобальные изменения окружающей среды».

Литература и источники

1. Арутюнян С.А., Яхонтова М.В. Современное состояние и проблемы развития туризма в Астраханской области // Вестник Евразийской науки. 2019. № 6.

2. Официальный сайт Информационно-аналитической системы «Особо охраняемые природные территории России». URL: http://oopt.aari.ru/oopt/ (дата обращения: 10.09.2021).

3. Бармин А.Н., Комаров А.И. Рекреационное землепользование особо охраняемых природных территориях Астраханской области // Геология, география и глобальная энергия. 2011. № 2. С. 319–324.

4. Бармин А.Н., Ермолина А.С., Иолин М.М. и др. Особо охраняемые природные территории: проблемы, решения, перспективы: монография. Астрахань: АЦТ, 2010. 312 с.

5. Астраханский заповедник будет использовать солнечную энергию даже в темное время суток. URL: http://ust.su/solar/news/astrakhanskiy-zapovednik-budet-ispolzovat-solnechnuyu-energiyu-dazhe-v-temnoe-vremya-sutok/ (дата обращения: 10.09.2021).

6. Рафикова Ю.Ю., Потанский В.Г., Шакун В.П. Исследование влияния географических факторов на эффективность работы солнечного катамарана // Альтернативная энергетика в регионах России: материалы молодеж. науч. конф. (Астрахань, 5–7 декабря 2018 г.). Астрахань, 2018. С. 25–33.

7. Стратегия социально-экономического развития Астраханской области на период до 2035 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/3947f6b14bfaa701fbee26993ef68c96/proekt_Ast_obl.pdf (дата обращения: 10.09.2021).

8. Программа развития туристского кластера Астраханской области» (в актуализации 2018 года). Астрахань, 2018. 30 с.

9. Информационный туристический портал Астраханской области. URL: https://vizitastra.ru/ (дата обращения: 10.09.2021).

10. Рыболовные и охотничьи базы Астраханской области // DeltaFishTour. URL: http://deltafishtour.ru/ (дата обращения: 10.09.2021).

11. ГИС «Возобновляемые источники энергии Росии». URL: https://gisre.ru/maps/sun-radiation/gor/gor-summer (дата обращения: 10.09.2021).

12. Шишкин Н.Д. Энергосбережение при использовании возобновляемых источников энергии в Астраханской области // Научный потен-

циал регионов на службе модернизации: межвуз. сб. науч. ст. Астрахань: АИСИ, 2013. № 3 (6). Т. 1. С. 55–59.

13. Перечень квалифицированных энергообъектов, функционирующих на основе ВИЭ. URL: https://www.np-sr.ru/ru/market/vie/index.htm (дата обращения: 10.09.2021).

14. Официальный сайт ГК «Хевел». URL: https://www.hevelsolar.com (дата обращения: 10.09.2021)].

15. База данных NASA POWER. URL: https://power.larc.nasa.gov/data-access-viewer (дата обращения: 30.03.2021).

16. Kargashin P., Prasolova A., Novakovsky B. et al. Data processing as a critical part of GIS-based mapping of renewable energy perspectives // MATEC Web of Conf. 2018, 178, 09004.

17. Choi Y., Suh J., Kim S.-M. GIS-Based Solar Radiation Mapping, Site Evaluation, and Potential Assessment // A Review. Appl. Sci. 2019, 9, 1960.

18. Guaita-Pradas I., Marques-Perez I., Gallego A. et al. Analysing territory for the sustainable development of solar photovoltaic power using GIS databases // Environ. Monit. Assess. 2020, 192, 263.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

УДК 338.48

Л.В. Пушкарева, *профессор Северо-Западного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, д-р экон. наук, профессор, plv1412@mail.ru г. Санкт-Петербург, Россия*

© Пушкарева Л.В., 2021

L.V. Pushkareva, *Doctor of Northwest Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Doctor of Economics, Professor, plv1412@mail.ru St. Petersburg, Russia*

Ключевые слова: отдых; путешествия; природа; туристы; географическое расположение.

Keywords: rest; travel; nature; tourists; geographical location.

Важным ресурсом территориального развития туризма являются культурные и исторические предпосылки и природное разнообразие России. В совокупности все это может вызывать особый интерес потенциальных потребителей туристических услуг и выступать исходной точкой рассмотрения территории как источника пополнения бюджета региона. Для заинтересованности туристов необходимо создавать привлекательный образ туристской территории. Для потенциальных потребителей туристского продукта большое значение имеет имидж территории, формируемый СМИ. Поэтому информация о региональной территории становится главным ресурсом для привлечения туристов.

An important resource for the territorial development of tourism is the cultural and historical prerequisites and natural diversity of Russia. Together, all this can cause special interest to potential consumers of tourist services and act as a starting point for considering the territory as a source of replenishment of the regional budget. For the interest of tourists there is a need to create an attractive image of the tourist territory. For potential consumers of a tourist product, the image of the territory formed by the media is largely acting. Therefore, information about the regional territory becomes the main resource for attracting tourists.

В условиях пандемии, когда большинство иностранных государств, выбираемых российскими гражданами для отдыха и лечения, стали недоступны, появились широкие возможно-

сти для развития отечественного туризма на внутренней территории страны в целях привлечения как отечественных туристов, так и иностранных. Эти возможности перспективны ввиду разнообразия и природной уникальности отечественного природно-климатического ландшафта, удивительной флоры и фауны, санаторно-курортных возможностей регионов, исторических особенностей местности.

В условиях пандемии, экономического кризиса у народонаселения страны все равно возникает потребность в отдыхе, путешествиях и санаторно-курортном лечении. Рост мобильности людей порождает спрос на услуги туристического бизнеса. Благоприятные на первый взгляд условия для развития отечественного туристического бизнеса ставят порой непреодолимые условия перед территориальными бизнес-единицами и административными структурами. В условиях сжатого времени (сезонность) и глобализации туристского рынка актуализируется вопрос о конкурентоспособности регионального туризма и экономических предпосылках его развития. Поэтому региональный туристический бизнес должен четко представлять свой потенциал, возможности и, самое главное, уникальные особенности.

Важным ресурсом территориального развития туризма являются культурные и исторические предпосылки и природное разнообразие России. В совокупности все это может вызывать особый интерес потенциальных потребителей туристических услуг и выступать исходной точкой рассмотрения территории как источника пополнения бюджета региона. Для заинтересованности туристов необходимо создавать привлекательный образ туристской территории. Для потенциальных потребителей туристского продукта большое значение имеет имидж территории, формируемый СМИ. Поэтому информация о региональной территории становится главным ресурсом для привлечения туристов [1; 2].

Географическое распределение туристских потоков прямо сказывается и на распределении доходов от международного туризма, их росте. Доходы, в свою очередь, увеличиваются или уменьшаются в зависимости от объема и характера предоставляемых услуг, от стоимости обслуживания и продолжительности пребывания туристов в стране.

Развитие международного туризма связано с решением ряда технических, организационных и научных проблем, многие из которых носят общий характер для всех или большинства стран: развитие материально-технической базы, районирование страны для туристских нужд, выявление новых перспективных районов и центров международного туризма, расширение туристского сезона. Несомненно, трудно переоценить влияние средств массовой информации на создание привлекательного образа территории и формирование структуры потребления. В силах СМИ привлечь внимание потребителя к определенной территории и побудить приехать именно туда. Этому в туристской практике много примеров. Согласно отчетам туроператоров, зарубежными странами, которые активно посещались российскими туристами, являются Греция, Турция, Испания, Италия, Израиль, Черногория, Сербия, Франция. Граждане, не имеющие загранпаспортов, путешествовали по Беларуси, Украине, Казахстану. Каждая из указанных стран располагает определенными особенностями: природно-климатическими, архитектурно-историческими, экзотическими пейзажами. Некоторые страны привлекали российских путешественников дешевизной туров. Многие из этих стран сформировали за счет рекламы позитивный туристический образ: Франция – страна замков, Финляндия – земля тысячи озер, Исландия – остров гейзеров и много других примеров. Возникает вопрос о туристических возможностях России, конкурентоспособности природно-ландшафтных, исторически-архитектурных пейзажей российских земель.

Туристическим богатством Российской Федерации являются не только Байкал, побережье Черного моря, бурные реки Карелии, привлекательными для посещения могут стать Дальний Восток со своими уникальными природно-климатическими условиями, уникальные тувинские озера, горы Кавказа и другие природные красоты нашей страны, мало известные не только зарубежным туристам, но и российским. Статистика посещения иностранными туристами регионов в нашей стране показывает, что наиболее посещаемыми являются Москва и Санкт-Петербург, куда приезжают ежегодно в среднем 2,8 млн иностранцев и 3,7 млн российских туристов.

Таблица

Географическое распределение туристских потоков

Направление	2010			2015			2020		
	млрд долл.	%	индекс	млрд долл.	%	индекс	млрд долл.	%	индекс
Европа	7,14	64,7	100	10,85	74,7	151	18,00	57,9	252
Северная Америка	2,07	18,8	100	3,50	16,1	169	6,00	19,3	204
Латинская Америка	0,87	7,9	100	1,7	3,1	195	2,50	8,0	1136
Африка, Азия, Австралия	0,22	2,0	100	0,41	1,4	186	4,00	12,9	833
Океания	0,48	4,3	100	1,2	3,1	250	0,60	1,9	240
Ближний Восток	0,25	2,3	100	0,28	1,7	112			
Всего	11,03	100	100	17,89	100	162	31,10	100	282

Также хорошо посещаемые места: Байкал – самое глубокое и полноводное озеро планеты, находящееся в Иркутской области Восточной Сибири; Карелия с удивительно красивой природой, где насчитывается более 50 тыс. озер; хорошо известный российским туристам Краснодарский край, который является у российских граждан наиболее популярным местом отдыха внутри страны. Но потенциал российского туризма далеко не исчерпан и имеет большие перспективы для своего развития. К сожалению, Россия не является особо популярной страной не только для иностранного туризма, но и для внутреннего. Многие российские граждане не знакомы с уникальными местами нашей страны, туристические маршруты, которыми пользуются российские граждане, в большинстве своем очень ограничены и располагаются в нескольких известных регионах. Что касается иностранных туристов, то многие региональные достопримечательности им незнакомы. Изучая отзывы иностранных туристов, посетивших нашу страну, можно сделать вывод, что, кроме Москвы, Санкт-Петербурга и Байкала, они не имеют представления о других достопримечательностях российских туристских направлений. За рубежом о России не знают как о стране неограниченных возможностей туризма и отдыха [1; 2]. К сожалению, в зарубежье сложился негативный образ России, не побуждающий иностранных граждан посещать нашу страну для отдыха и путешествий. В свое время Уинстон Черчилль писал в своих мемуарах после посещения России: «Это окутанная тайной загадка внутри чего-то непостижимого» [3]. Это высказывание могло бы лечь в основу формирования туристского образа как таинственной, еще не изведанной страны.

В настоящее время в рамках целевой федеральной программы направляются бюджетные средства в целях популяризации возможностей России в развитии туризма, организовываются пресс-туры, рекламные кампании, демонстрация на российском телевидении и продвижение в социальных сетях информационных блоков о туристских возможностях нашей страны. Виды Санкт-Петербурга и Москвы узнаваемы для широкого круга лиц, в том числе и за рубежом. Российские туристские компании, Федеральное агентство по туризму стремятся продвигать за рубежом открытый, позитивный

образ Российской Федерации. Относительно недавно прошедшая в Лондоне выставка Russian Tourism Roadshow [4] выдвигала на передний план привлекательные точки для туризма в России. На выставке позиционировались лосиные фермы Костромской области, волжские живописные городки, знаменитые «старым русским духом», интересно была представлена Бурятия – как таинственный, неизведанный регион (участники выставки представляли Бурятию землей шаманов, где чередуются тайга и пустыня, можно посетить буддийский храм и искупаться в самом глубоком озере мира) [5]. Режиссер фильма «Россия – царство тигров, медведей и вулканов» Йорн Рёвер писал: «Даже я с моим большим опытом в научно-популярном кино не думал, что в России такая богатая природа, сохранившаяся во многих местах в ее первозданном виде. Разумеется, климатические условия экстремальные, и плотность животного мира меньше, чем, например, в Африке. Но такого большого разнообразия и такой экзотики, как, например, на Кавказе, я за всю свою жизнь нигде не видел...» [5].

В ходе исследования установлено, что важнейшим компонентом создания позитивного облика России является туризм, который не используется в полной мере и имеет высокий потенциал для своего развития. В большинстве своем туристские компании заняты выездным туризмом. Для того чтобы привлечь иностранного туриста, показать во всей красе скрытые от глаз отдельные красоты России, ликвидировать негативное представление о стране, нужно приложить все усилия на государственном уровне, так как это имидж страны.

Литература и источники

1. Фетисов Д.М. Типология природных туристических ресурсов по степени их информативности при формировании тура // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 314. С. 204.

2. У России загадочно-негативный имидж. URL: http://www.rostur.ru/interview/456/index.shtml

3. Электронные ресурсы: http://www.taigatrek.com, http://www.exodus.co.uk, http://www.wigwam.de.

4. Русский альбом // National Geographic Traveler. 2011. С. 169–191.

5. Прозурин Л.Ю. Туризм как экономический приоритет. М., 2006. С. 124.

6. Kalinina A.V., Pushkareva L.V., Rubakova A.I. National identity of media: retrospective study of the Russian language mass media prevalence in eastern Europe // Amazonia Investiga. 2019. T. 8. № 22. Pp. 40–50.

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ОБЪЕКТ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

PROSPECTIVE TOURIST FACILITY OF THE MOSCOW REGION

УДК 379.85

В.В. Рудский, *профессор Гжельского государственного университета, д-р геогр. наук, профессор, rudsky@mail.ru Московская область, Россия*

V.V. Rudskiy, *Professor of Gzhel State University, Doctor of Geographical Sciences, Professor, rudsky@mail.ru Moscow Region, Russia*

Ключевые слова: туризм; Московская область; Воронцовский парк; историко-культурный объект.

Keywords: tourism; Moscow region; Vorontsovsky park; historical and cultural object.

Туризм в XXI веке займет лидирующие позиции в структуре отраслей мирового хозяйства, в том числе и в нашей стране. Однако надо признать, что развивается он крайне неравномерно, что обусловлено влиянием многих факторов (экономических, социальных, экологических,

© Рудский В.В., 2021

политических и т.д.). На региональном уровне, если правильно организовать использование туристского объекта, то туризм в регионе может стать очень эффективным средством и источником пополнения бюджета, а главное – сохранения окружающей среды. Предпринята попытка показать важность развития туризма на примере Воронцовского парка Московской области.

Tourism in the XXI century will take a leading position in the structure of the branches of the world economy, including in our country. However, it must be admitted that it develops extremely unevenly, which is due to the influence of many factors (economic, social, environmental, political, etc.). At the regional level, if the use of a tourist facility is properly organized, then tourism in the region can become a very effective means and source of replenishing the budget, and, most importantly, preserving the environment. The article attempts to show the importance of tourism development using the example of Vorontsov Park in the Moscow Region.

Центральная Россия, включающая и Московскую область, относится к регионам с одним из самых развитых и перспективных туристско-рекреационных потенциалов. Наряду с наличием здесь вполне сформировавшихся объектов туризма имеется большое количество памятников природы, истории и культуры, полностью разрушенных или находящихся в критическом состоянии. К последним относится рассматриваемый в данной публикации Воронцовский парк с одноименным дворцом и православным храмом Владимирской иконы Божией Матери. Если церковь к настоящему времени практически полностью восстановлена, то дворец и парк продолжают разрушаться и уничтожаться.

Эти объекты расположены в пределах сельского поселения Быково Раменского района. Село Быково находится в 17 км от Москвы рядом с городом Жуковским. Здесь в полузаброшенном состоянии пока еще сохранилась уникальная усадьба, представляющая собой настоящий шедевр Подмосковья.

Раньше здесь располагалось село Марьино, а одним из первых его владельцев был князь Дмитрий Донской. Имен-

но это село перед Куликовской битвой князь завещал своим сыновьям. Село часто меняло владельцев, было частной и государственной собственностью. В середине XVIII века перешло во владение Михаила Измайлова, который был камергером при дворе императрицы Елизаветы Петровны. В число его подчиненных входил знаменитый архитектор Баженов. В 1775 году императрица Екатерина II, заехав в гости к Измайлову, отметила, что его имение выглядит как-то бледновато и мало чем отличается от посещенных ею ранее усадеб. Это замечание сильно задело Измайлова, и он задумал превратить село Быково в роскошную усадьбу. Эту задумку претворил в жизнь Василий Иванович Баженов – действительный статский советник, выдающийся русский архитектор, создавший здесь уникальный архитектурно-парковый ансамбль [1–3].

Ключевыми объектами ансамбля были и остаются дворец (рис. 1), парк (рис. 2) и церковь (рис. 3). Создавался этот великолепный дворцово-парковый ансамбль на протяжении 10 лет. Площадь только дворца составляет 2840 кв. м, а парка – 20 га. До сих пор сохранились искусственные водоемы, липовые и елово-пихтовые аллеи, островок с белокаменной беседкой, но все это приходит в упадок, зарастает, разрушается.

В свое время дворец в Быково был построен с исключительной роскошью. Для его постройки и отделки понадобились сотни столяров, слесарей, штукатуров, лепщиков, художников, позолотчиков, резчиков и других мастеров и простых рабочих. Убранство дворца поражало современников богатыми золочеными люстрами с хрустальными стразами, повсюду висевшие зеркала усиливали их сияние. Паркетные полы удивляли великолепными рисунками геометрической и естественно-растительной формы, мраморные камины с великолепной резьбой имели бронзовые украшения и дорогие экраны. Мебель из драгоценных пород дерева отделывалась бронзой, перламутром, золотыми вставками, картинами из ткани. Стены были украшены дорогими коврами и гобеленами. Сейчас практически ничего этого не сохранилось, хотя даже по остаткам былой роскоши можно судить о великолепии дворца.

Рис. 1. Воронцовский дворец

Рис. 2. Воронцовский парк. Пруд с ротондой

Рис. 3. Храм иконы Владимирской Божией Матери в Быково

В 1788 году по проекту В.И. Баженова создается еще один шедевр Быковской усадьбы – белокаменная Владимирская церковь. На фасаде церкви архитектор расположил барельефы с изображением Михаила Михайловича и Марии Александровны Измайловых.

По мнению искусствоведов, церковь является архитектурным шедевром мирового значения. Первый этаж с престолом Рождества Христова был построен в 1783 году. В 1788 году был достроен второй этаж с приделом в честь иконы Божией Матери «Владимирская», давший название церкви.

Искусствовед, профессор Московского университета Михаил Андреевич Ильин так описывает здание церкви: «Несмотря на свои относительно большие размеры, церковь в Быкове выглядит удивительно легкой, изящной, словно садовый павильон» [3].

В 1880-е годы усадьбу купил один из совладельцев Московско-Рязанской железной дороги, инженер-полковник Николай Иванович Ильин.

После октябрьских потрясений 1917 года судьба имения круто изменилась. В 1920 году ее передали детскому дому для сирот красноармейцев. Из дворца стали постепенно исчезать дорогие картины, ковры, старинная мебель, хрустальные люстры. Потом сломали орган, серебряные трубы его, по словам очевидцев, еще долго валялись в разных местах заброшенного парка. Чудесная Воронцовская библиотека XVIII века безвозвратно утеряна. За границу увезен находившийся в Быково, впоследствии тщетно разыскиваемый, портрет знаменитой княгини Дашковой – президента Российской Императорской Академии наук (работа художника Д.Г. Левицкого) (рис. 4).

Рис. 4. Портрет княгини Е.Р. Дашковой (художник Д.Г. Левицкий)

Эта усадьба – памятник архитектуры федерального значения. Все, кто сюда приезжает, восхищаются дворцом, парком, храмом, которые могут и должны занять достойное место в ряду культурно-исторических и архитектурных шедевров Московской области.

В заключение необходимо отметить несколько общих моментов, связанных с развитием туризма в Московской области.

В регионе поддерживается признание важности туризма как отрасли хозяйства при принятии решений об использовании природно-ресурсного потенциала региона [2]. Но в настоящее время отраслям, извлекающим ресурсы (например, пищевой, металлургической, нефтехимической, строительной), отдается приоритет. Существенное участие туризма в сохранении природного и культурного наследия часто не замечается органами власти и недостаточно отстаивается самой отраслью (как это имеет место быть в случае с Воронцовским ансамблем). Если правильно организовать управление, то туризм может стать очень эффективным средством и источником пополнения бюджета, а главное – сохранения среды обитания человека. При рассмотрении состояния системы природных и культурно-исторических объектов, используемых в туристической деятельности, возникает несколько важных аспектов. Среди них можно выделить следующие: где расположены эти объекты; насколько репрезентативно они представляют каждую природную зону (каждый тип природных ландшафтов); насколько полно они обеспечивают потребности населения в рекреационных услугах; как обеспечивается управление этими территориями; каково состояние этих объектов.

Таким образом, рекреационная деятельность в целом и туризм в частности занимают важное место в обеспечении успешного развития любого региона. В перспективе представляется чрезвычайно важным создание региональных геоинформационных систем, которые будут включать классификации и картографирование природных, культурно-исторических и рекреационных объектов региона. Однако

до принятия стратегии и тактики развития, предполагающих создание структуры управления и мониторинга, необходимы научное обоснование и консультации с землепользователями. Местные органы самоуправления должны вычленять и активно решать проблемные и конфликтные ситуации, связанные с ростом и развитием туризма. На первом этапе работ важное место отводится научным исследованиям, которые в настоящее время проводятся в рамках международных и региональных проектов, выполняемых учеными вузов и академических институтов, велика роль волонтерских организаций и инициативных групп. Мы уверены, что Быковская усадьба, включающая в себя Воронцовский парк, дворец и храм Владимирской иконы Божией Матери, займут достойное место в ряду выдающихся памятников истории, культуры, искусства и будут важнейшими объектами рекреации и туризма не только Московской области, но и России в целом.

Литература и источники

1. Лисина И.А. Село Быково. Издание Владимирского храма села Быково, 2015. 176 с.

2. Никонов В.В., Толмачева И.А. Владимирская церковь в Быково. Т. 1. М.: Кунай-колодец. 2018. 528 с.

3. Никонов В.В., Толмачева И.А. Владимирская церковь в Быково. Т. 2. М.: Кунай-колодец. 2018. 375 с.

ВЕЛОТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

BIKE TOURISM AS A TOOL FOR REGIONAL DEVELOPMENT

УДК 379.853

А.Г. Сарафанова, *научный сотрудник, anastasyast@yandex.ru*
А.А. Сарафанов, *научный сотрудник, канд. тех. наук, e-mail: alexsarafanov@mail.ru*
Кафедра рекреационной географии и туризма географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

A.G. Sarafanova, *Research Associate, anastasyast@yandex.ru*
A.A. Sarafanov, *Research Associate, Candidate of Engineering Sciences, alexsarafanov@mail.ru*
Department of Recreational Geography and Tourism, Geographical Faculty of Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Ключевые слова: велотуризм; сельские территории; велосипедисты; спорт; пандемия; электровелосипед.

Keywords: cycling; rural areas; cyclists; sports; pandemic; e-bike.

Актуальность изучения данной проблемы обусловлена ростом спроса на продукты велосипедного туризма, так как сейчас велоспорт переживает возрождение как рекреационная, развлекательная и спортивная деятельность. Однако научных исследований взаимосвязи между ездой на велосипеде и туризмом мало. Цель работы – изучить динамику развития велосипедного туризма и показать скрытый потенциал велотуров для отдаленных сельских территорий. Представлена история развития велосипедного спорта, приведено определение велоту-

© Сарафанова А.Г., Сарафанова А.А., 2021

ризма, описаны сегментные виды велотуристов, особенности и преимущества велосипедного туризма. Рассмотрены четыре поколения эволюции систем проката велосипедов и популяризации электрических велосипедов. Проведен анализ состояния велотуризма в Копенгагене, Великобритании, Нидерландах, Российской Федерации. Приведены статистические данные по количеству населения, использующего велосипед как наиболее предпочитаемый вид транспорта; доле велотуризма в экономике ЕС; объему рынка электровелосипедов. Результаты исследования показали, что велотуризм стоит рассматривать как инструмент развития сельских территорий, обусловленный отчасти распространением пандемии коронавируса.

The relevance of studying this problem is due to the growing demand for cycling tourism products, since now cycling is experiencing a revival as a recreational, entertainment and sports activity. However, there is little scientific research on the relationship between cycling and tourism. The purpose of this article is to study the dynamics of the development of cycling tourism and show the hidden potential of cycling tours for remote rural areas. The authors have studied the history of the development of cycling, the definition of cycling tourism is given, segmental types of cycling tourists, the features and advantages of cycling tourism are described. The four evolutions of bicycle bike rental systems and the popularization of electric bicycles are reviewed. The article analyzes the state of cycling tourism in Copenhagen, Great Britain, Netherlands, Russia Federation. The authors provide statistics on the number of people using a bicycle as the most frequently used mode of transport; the share of cycling tourism in the EU economy; the size of the e-bike market. The results of the study showed that cycling tourism should be considered as a tool for the development of rural areas, due in part to the spread of the coronavirus pandemic.

Велосипеды являются желательным средством передвижения по многим причинам, включая тот факт, что использование велосипеда является экологически чистым, экономически вы-

годным способом поддерживать форму и здоровье, а иногда и приятным общественным занятием. В частности, велосипедный туризм становится все более популярным глобальным видом деятельности в области устойчивого туризма.

В 1880-х годах велотуризм стал организованной формой отдыха на открытом воздухе в Западной Европе и США [5]. Например, Vätternrundan – соревнование на 300 км в Швеции – ежегодно привлекает 23 тыс. велосипедистов. Кроме того, велосипедные гонки, такие как Tour de France, собирают большое количество зрителей, а также велосипедных туристов, которые хотят участвовать в велосипедных заездах по тем же маршрутам, что и настоящие участники [7].

В течение 1890-х годов, до массового производства автомобилей, велосипед представлял собой средство независимого транспорта для большинства социальных слоев населения. Велоспорт был чрезвычайно популярен примерно до 1920 года, когда легковые автомобили стали доступны для среднего и высшего классов, а затем постепенно утратил свою популярность по мере распространения моторизованных путешествий. «Велосипедный бум» оставил после себя наследие в виде туристских организаций, таких как «Лига американских колесников» и «Туристический клуб велосипедистов» в Соединенном Королевстве, которые продолжают лоббировать создание высококачественной велосипедной инфраструктуры и более широкое использование велосипедов. Исторически велосипедный туризм восходит к «Туристическому клубу велосипедистов», основанному в Великобритании в 1878 году [14].

Велотуризм рассматривается как велосипедная деятельность, которая осуществляется в свободное время, на период не менее 24 часов или одну ночь, включающую просмотр велосипедного мероприятия или участие в независимом организованном велосипедном туре [12].

Исходя из этого определения, сегментные виды велосипедного туризма следующие:

- горный велосипедист;
- велосипедист на время отпуска;
- профессиональный и начинающий велосипедист;
- групповые велосипедные туры;
- велоспорт с участием в качестве участника или зрителя [3].

Среди всех выделенных категорий преобладают профессиональные и начинающие велосипедисты, для которых езда на велосипеде является важной причиной путешествия. Именно такие велотуристы в основном посещают сельскую местность. Другой, менее заметной, категорией можно назвать велосипедистов-отпускников, для которых езда на велосипеде является частью отпуска, но не основным направлением их деятельности.

Подробно Lumsdon (1996), Ho, Liao, Huang и Chen (2015) представили следующие особенности велосипедного туризма:

- велосипедные путешествия происходят вдали от дома;
- велосипедные путешествия могут длиться как один день, так и несколько;
- основная цель велотура – именно езда на велосипеде;
- велосипедные путешествия подразумевают активный вид деятельности;
- велосипедные путешествия как вид досуга [10; 4].

Велосипедного туриста можно считать медлительным туристом, который стремится увидеть разнообразные пейзажи, пообщаться с сельскими жителями, культурой и насладиться местной едой. Делая это, эти путешественники вносят вклад в местную экономику, стимулируя развитие строительства инфраструктуры (например, дорог, прокатов/ремонтов велосипедов и жилья). Между тем развитие сектора услуг (например, питания), который предоставляет возможности для бизнеса и трудоустройства, также приносит социальные изменения в дестинации. Расходы велосипедных туристов напрямую стимулируют местную экономику, что способствует устойчивому развитию территории.

Таким образом, экологические, экономические и социальные аспекты ценностей, связанные с поездками на велосипеде, побуждают маркетологов туристских направлений, специалистов из смежных отраслей и местные правительственные учреждения все активнее планировать, финансировать и создавать инфраструктуру, связанную с велосипедами, в своих регионах и способствовать развитию велотуризма [9].

Развитие городского велотуризма целесообразно рассматривать как инновационный процесс, основанный на постепенных изменениях в местных и региональных системах социально-технологической мобильности [6].

Вместе с тем езда на велосипеде имеет ряд преимуществ по сравнению с другими видами транспорта. Это здоровый и дешевый вид транспорта. Более того, в городских районах езда на велосипеде иногда оказывается быстрее, чем другие виды транспорта, так как позволяет избегать пробок. Между тем для общества преимущества езды на велосипеде включают экологическую устойчивость, требования к недорогой инфраструктуре и улучшение здоровья населения. Однако езда на велосипеде имеет ряд недостатков, в том числе большие физические усилия, сложность перемещения грузов, зависимость от погоды, кроме того, за пределами городских районов перемещение медленнее, чем моторизованный транспорт.

Некоторые исследователи разделили эволюцию велосипедных систем проката на четыре «поколения» [11]. White Bike известна как «система проката велосипедов первого поколения», в которой отсутствуют функции оплаты или меры безопасности. Программы второго поколения включали систему внесения монет (аналогично тележкам в супермаркете или аэропорту). Первая крупномасштабная программа велопроката второго поколения была запущена в Копенгагене в 1995 году, но анонимность сделала систему уязвимой для воровства [2]. Проблемы, с которыми столкнулись эти первые два поколения велопрокатов, привели к разработке систем третьего поколения, которые характеризуются выделенными станциями (на которых велосипеды забирают и возвращают), а также автоматическими платежами по кредитным картам и другими технологиями, позволяющими отслеживать велосипеды [13]. Характеристики систем четвертого поколения не совсем ясны, но, как утверждается, потенциально они включают системы без станций, более простую установку, поддержку питания и интеграцию транзитных смарт-карт [11]. В последние годы в ряде городов были запущены e-bikeshare. Электронный велосипед предлагает возможность повысить привлекательность велосипедного проката для тех, кто, возможно, раньше не рассматривал его как вариант передвижения. Более длительные поездки, сложный рельеф местности, чрезмерная жара и другие факторы, связанные с физическими нагрузками, могут в целом препятствовать передвижению на обычном велосипеде.

Электрические велосипеды продолжают пользоваться все большей популярностью. Форма обычного велосипеда с усилителем смогла привлечь пользователей, которые раньше не хотели ездить на велосипеде по причине тяжелого маршрута и отсутствия дополнительной мощности, и пассажиров, которые предпочитали легкую езду на работу. К 2023 году рынок электронных велосипедов принесет доход около 20 млрд долларов США (рис. 1). В период с 2020 по 2023 год отрасль продаст около 130 млн электрических велосипедов.

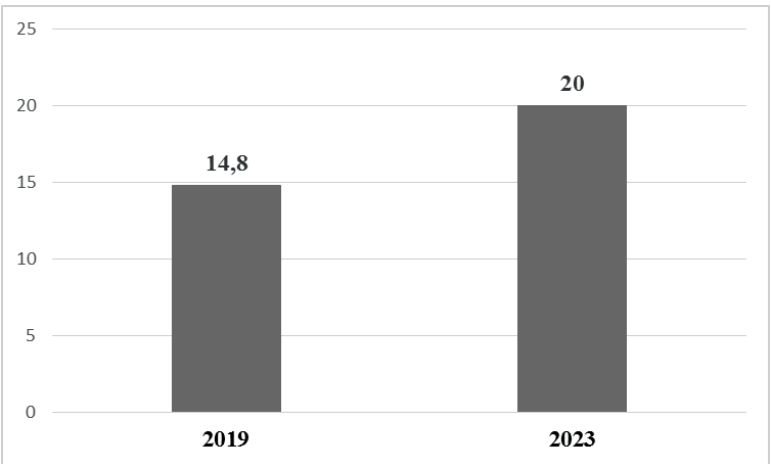


Рис. 1. Объем мирового рынка электровелосипедов в 2019 и 2023 годах, млрд долларов США (https://www.statista.com/statistics/674381/size-global-market-electric-bicycles/)

В некоторых странах, таких как Нидерланды, Дания, велосипедный туризм – это больше, чем просто развлечение (см. табл.). В Нидерландах доля езды на велосипеде значительно выше, чем в других промышленно развитых странах. Благодаря хорошо налаженной инфраструктуре и велосипедным маршрутам велосипедисты не ограничены одной зоной (например, катание на горных велосипедах), они могут путешествовать по различным туристским направлениям и между ними.

Таблица

Количество велосипедистов по странам
(сост. по: Unian.net Bike friendly. URL: https://www.unian.net/longrids/bicycle/)

Показатель	Япония	Швейцария	Дания	Нидерланды	Китай	США	Новая Зеландия	Украина
Количество велосипедов в стране, млн	72,5	3,8	4,5	16,5	500	100	2,3	0,9
Количество велосипедистов среди населения, %	56,9	48,8	90	99,1	37,2	32,2	41	2

Топ-10 европейских «велосипедных» столиц по данным портала Vawilon:

1) Копенгаген – 35%;
2) Амстердам – 32%;
3) Берлин – 13%;
4) Любляна – 12%;
5) Хельсинки – 11%;
6) Загреб – 10,1%;
7) Стокгольм – 9%;
8) Дублин – 7,9%;
9) Вена – 6%;
10) Рига – 4%.

В 2017 году Копенгаген признан самым благоприятным для велосипедистов городом в мире; соседний шведский город Мальмё занял пятое место. Трансграничный регион часто представляют как образец для подражания в его устойчивом городском развитии, в котором езда на велосипеде играет важную роль [8]. Faulks, Ritchie, Fluker (2006) отметили растущее распространение организованных, совместных велосипедных мероприятий в Австралии, которые часто приносят существенные экономические выгоды для принимающих сообществ, примерами которых являются Big Ride в Новом Южном Уэльсе и Great Victorian Bike Ride [3].

Национальная велосипедная сеть в Великобритании – это инициатива британской благотворительной организации Sustrans в области устойчивого транспорта. Видение этого проекта заключается в создании общенациональной высококачественной велосипедной сети, обслуживающей пассажиров и велосипедистов-любителей.

Подобно Национальной сети велосипедистов, Eurovelo – это инициатива Европейской федерации велосипедистов, цель которой – обеспечить безопасные и качественные велосипедные маршруты по всему континенту, сводя к минимуму взаимодействие с транспортными средствами. Планируется проложить более 60 тыс. км маршрутов, которые позволят велосипедистам беспрепятственно путешествовать по континенту. На рис. 2 представлена доля велотуризма в экономике ЕС.

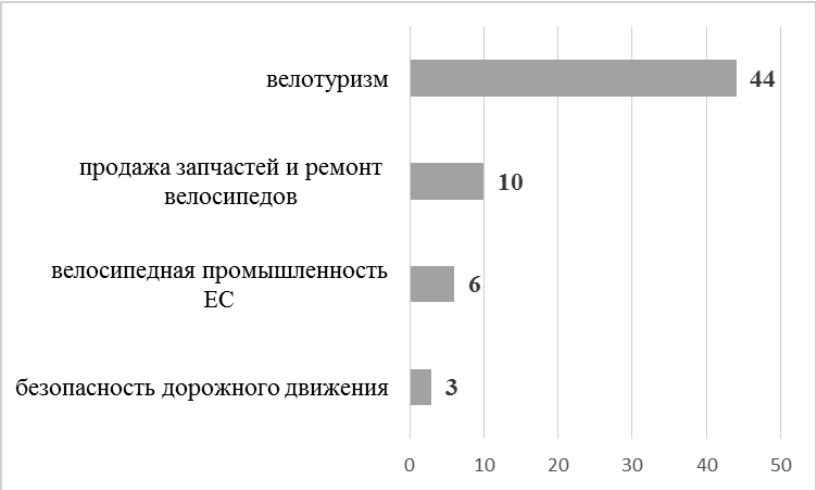


Рис. 2. Доля велотуризма в экономике ЕС, млрд евро (https://cyclingindustry.news/economies-benefit-as-cycle-tourism-sets-records-in-european-countries/)

Велосипеды являются наиболее часто используемым видом транспорта примерно для 8% европейцев, что составляет около 41 млн человек. Эта доля значительно варьируется между европейскими странами. Люди в Нидерландах чаще всего пользуются велосипедом, за ними следуют страны Северной Европы, такие как Дания. Хотя эти страны относительно небольшие, их велосипедные привычки делают их интересными целевыми рынками для велосипедного туризма. Поскольку большинство людей (56–71%) в Нидерландах, Дании и Финляндии ездят на велосипеде несколько раз в неделю, эти страны являются привлекательными для нерегулярных или частых отпусков велосипедистов. В Венгрии, Германии, Швеции и Польше 43–45% людей также ездят на велосипеде чаще одного раза в неделю (рис. 3).

В Швеции езда на велосипеде в основном осуществляется в сельской местности и рассматривается как часть природного туризма.

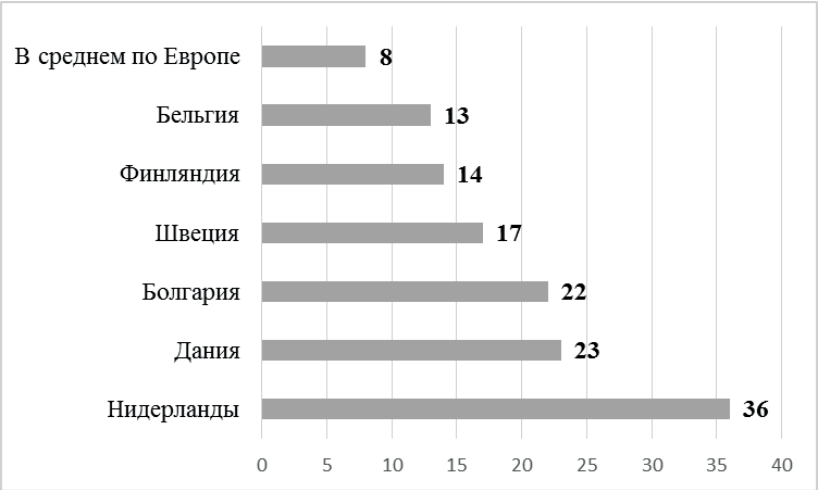


Рис. 3. Процент населения, использующий велосипед как наиболее предпочитаемый вид транспорта (https://europa.eu/eurobarometer/screen/home)

Потенциал велосипедного туризма по внесению вклада в экономическое развитие сельских районов Австралии реализуется постепенно. Тропа Мунда Бидди в Западной Австралии извивается более чем на 900 км через преимущественно лесную местность и через множество небольших городков. Тропа построена по старым лесным дорогам и заброшенным железнодорожным коридорам. Большинство посетителей проводят около трех дней, путешествуя на велосипеде по тропе, при этом использование тропы стимулирует спрос на ночлег, прокат велосипедов, транспорт, продукты питания и напитки во многих городах, через которые проходит маршрут.

Когда год назад пандемия коронавируса привела к блокировке туристской деятельности, сотни городов изменили конфигурацию своих улиц, чтобы упростить ходьбу и езду на велосипеде, чтобы помочь социальному дистанцированию и уменьшить загрязнение воздуха. Самоизоляция и карантин привели к лавинообразному спросу на велосипеды. По данным Европейской федерации велосипедистов (ECF),

в 2020 году города континента потратили 1 млрд евро на велосипедные меры, связанные с COVID-19, создав как минимум 1000 км велосипедных полос. В Барселоне во время пандемии использование общественного транспорта сократилось на 50%, а использование личных автомобилей – всего на 10%. С начала пандемии в Лондоне проложено 100 км велосипедных маршрутов, и данные Transport for London показывают, что с 2019 года количество поездок на велосипеде в Лондоне увеличилось на 22%.

В рамках восстановления после пандемии Италия планирует создать примерно 1000 км новых городских велосипедных дорожек для транспорта и отдыха, а также 1600 км именно туристских велосипедных дорожек.

Летом 2020 года в Кракове было проложено несколько велосипедных дорожек, благодаря которым количество велосипедистов увеличилось вдвое, и многие люди перешли с общественного транспорта на велосипеды. В городе разработан пятилетний план дальнейшего расширения велосипедной сети.

Пандемия выявила скрытый спрос на велосипедную и пешеходную инфраструктуру и дала шанс сельским территориям развивать нишевые рынки туризма.

Источниками популяризации велотуризма в Европе стали наличие велодорожек, соответствующая инфраструктура, доступность велотранспорта и мотивация населения.

Что касается Российской Федерации, то велоспорт наиболее развит в Москве, Санкт-Петербурге, Туле и Омске. В 2018 году в Москве насчитывалось 124 велодорожки протяженностью 186 км [1]. В большинстве городов России дорожки суммируют с выделенными полосами для общественного транспорта. В 2020 году протяженность велодорожек в Москве составила 230 км (90 км на улично-дорожной сети и 140 км – в парках). Кроме того, велоинфраструктура столицы включает 1867 парковок на 11 656 мест и 430 станций велопроката с 4300 велосипедами.

Санкт-Петербург также выходит на путь велосипедизации. По данным Комитета по развитию транспортной инфраструктуры, 34% поездок на автомобиле и 46% поездок на метро совершаются на расстояния менее 10 км, а значит, их можно легко заменить на велосипед. Протяженность велодо-

рожек составляет 126,5 км. Созданы парковки для длительного хранения велосипедов у станций метро и вокзалов, а также увеличено количество велосипедов в системе городского велопроката до 1500. Согласно адресной инвестиционной программе, в 2021–2023 годах запланировано обустройство 17 велосипедных маршрутов общей протяженностью 50 км и проектирование шести веломаршрутов общей протяженностью 24,6 км.

В Екатеринбурге протяженность велодорожек – примерно 20 км, и нет велопроката. В рамках подготовки к Чемпионату мира по футболу были реализованы проекты реконструкции улиц с учетом создания велодорожек на проспекте Ленина, улице Татищева и в Академическом районе.

Казань, где в 2013 году раньше других российских городов появилась система общественного проката (сейчас в ней 120 велосипедов), других велосипедных достижений не имеет. Калининград – единственный город в России, в генеральный план которого внесена схема развития велосипедной сети (60 км до 2035 года). Пока что в Калининграде всего 23 км велодорожек, и тоже отсутствует городской прокат.

Таким образом, велотуризм оказывается полезным в качестве (дополнительного) инструмента регионального развития сельских районов. Это туристский продукт, который можно разработать для медленных путешествий по сельской территории. Езда на велосипеде может быть одним из элементов формирования альтернативных туристских объектов. Это соответствует опыту других европейских городов, где сельские районы за пределами традиционных туристских центров становятся все более привлекательными для посетителей. Такие районы предоставляют городам возможность занять нишу маловостребованных видов туризма. Развитие инфраструктуры для поддержки велосипедных прогулок и отдыха, а также для стимулирования туризма становится все более распространенным явлением, поскольку велосипедный спорт может способствовать оживлению экономики, особенно в сельской местности, как потенциальная модели для интеграции транспорта, туризма и отдыха.

Литература и источники

1. Кокоулина О.П. Тенденции развития велоспорта в Москве и России // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. Т. 9. № 2. С. 16–22.

2. DeMaio P. Bike-sharing: History, impacts, models of provision, & future // Journal of Public Transportation. 2009. Vol. 12 (4). P. 41–56.

3. Faulks P., Ritchie B.W., Fluker M. Cycle tourism in Australia: an investigation into its size and scope // Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism. 2006.

4. Ho C., Liao T., Huang S., Chen H. Beyond environmental concerns: Using means-end chains to explore the personal psychological values and motivations of leisure/recreational cyclists // Journal of Sustainable Tourism. 2015. Vol. 23 (2). P. 234–254.

5. Jamieson D.R. The self-propelled voyager: How the cycle revolutionized travel. Lanham: Rowman and Littlefield, 2015.

6. Klinger T., Kenworthy J.R., Lanzendorf M. Dimensions of urban mobility cultures – A comparison of German cities // Journal of Transport Geography. 2013. Vol. 31. P. 18–29.

7. Lamont M., McKay J. Intimations of postmodernity in sports tourism at the Tour de France // Journal of Sport & Tourism. 2012. Vol. 17 (4). P. 313–331.

8. Larsen J. The making of a pro-cycling city: Social practices and bicycle mobilities // Environment and Planning A. 2017. Vol. 49 (4). P. 876–892.

9. Lee C.F. An investigation of factors determining cycling experience and frequency // Tourism Geographies. 2014. Vol. 16 (5). P. 844–862.

10. Lumsdon L. Cycle tourism in Britain. London: English Tourist Board, 1996. P. 27–32.

11. Parkes S.D., Marsden G., Shaheen S.A., Cohen A.P. Understanding the diffusion of public bikesharing systems: Evidence from Europe and North America // Journal of Transport Geography. 2013. Vol. 31. P. 94–103.

12. Ritchie B.W., Tkaczynski A., Faulks P. Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles // Journal of Travel and Tourism Marketing. 2010. Vol. 27 (4). P. 409–425.

13. Shaheen S., Cohen A.P., Martin E.W. Public bikesharing in North America: Early operator understanding and emerging trends //

Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board. 2013. Vol. 2387. P. 83–92.

14. Tobin G. The bicycle boom of the 1890s: The development of private transportation and the birth of the modern tourist // Journal of Popular Culture. 1984. Vol. VII. P. 838–849.

СТАРИННЫЕ НЕКРОПОЛИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

ANCIENT NECROPOLISES: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DOMESTIC TOURISM

УДК 94 (47) «18/19»

А.А. Соловцов, *доцент, заведующий кафедрой экономики и управления Воскресенского института туризма – филиала Российской международной академии туризма, канд. ист. наук, vfrmat@mail.ru*
г. Воскресенск, Московская область, Россия

A.A. Solovtsov, *Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management, The Voskresensk Institute of Tourism – branch of the Russian International Academy of Tourism, Candidate of Historical Sciences, vfrmat@mail.ru*
Voskresensk, Moscow region, Russia

Ключевые слова: мортальная культура; некрополь; городская скульптура и архитектура.

Keywords: moral culture; necropolis; urban sculpture and architecture.

© Соловцов А.А., 2021

Несмотря на то что всесторонним изучением некрополей (расположенных как за городской чертой, так и в центре крупных городов) и погребальных традиций занимаются ученые различных направлений, анализируется тема устройства старинных кладбищ, их глубокого сакрального и культурологического смысла, связанного со специфическими перспективами музейного дела и мортального туризма.

Despite the fact that scientists of various fields are engaged in a comprehensive study of necropolises (located both outside the city limits and in the center of large cities) and funeral traditions, this article analyzes the topic of the device of ancient cemeteries, their deep sacred and culturological meaning associated with the specific prospects of museum business and mortal tourism.

Исторически в российских городах людей хоронили на небольших монастырских и приходских кладбищах, позднее ставших историческими достопримечательностями (Ваганьковское, Новодевичье кладбище, некрополь Донского монастыря в Москве и др.), где хоронили выдающихся личностей, известных и за пределами нашей страны [11]. Иностранцев хоронили на отдельных кладбищах: в Марьиной роще (не сохранилось), погостах в Лефортове и на Введенском холме. Распространенными типами надгробий веками оставались плита, саркофаг, склеп, аналой, статуя, герма, колонна, алтарь, бюст, крест и др.

После эпидемии чумы в 1770–1772 годах Екатерина II предписала погребать умерших вне городской черты (за исключением родовитых сановников и высокопоставленных лиц), чтобы предотвратить развитие инфекции. Так в Москве появились кладбища за Камер-Коллежским валом (за современным Садовым кольцом). К сохранившимся московским погостам того времени относятся Ваганьковское, Введенское, Даниловское, Армянское, Преображенское, Рогожское, Еврейское, Караимское, Татарское кладбища. В дальнейшем кладбища стали выносить за городскую черту вследствие предписаний санитарной службы, нежелательным стало их располо-

жение рядом с жилыми постройками. По схожим причинам традиция погребения умерших за городской чертой сохраняется и поныне, когда возникает риск инфицирования грунтовых вод, близко расположены жилые постройки и отсутствуют подходящие участки городской земли. Даже если какое-то кладбище с точки зрения санитарии не мешает жизнедеятельности и благополучию человека, то не менее рациональной причиной его расположения за чертой города становится скудность незастроенных городских пространств, которые совершенно невыгодно использовать под кладбища.

Другой аспект исторической планировки современных кладбищ связан с изменением психологического отношения к теме смерти, поскольку людям больше не хочется жить рядом с местами захоронения, напоминающих им о естественном конце человеческого существования. Более того, на рубеже XVIII–XIX веков изменился масштаб российских городов, которые становились крупнее, а древние, но компактные кладбища не справлялись с растущим количеством умерших. К 1750 (1758?) году относится возникновение Лазаревского кладбища, на котором уже к 1771 году не хватало мест для новых захоронений. Но знатные лица по-прежнему хоронились в престижных московских обителях, где постоянно происходило расширение кладбищ: Симоновом, Новоспасском, Покровском, Донском, Даниловском, Новодевичьем, Спасо-Андрониковом, Знаменском на Государевом дворе, Высоко-Петровском, Андреевском, Богородице-Рождественском, Николо-Перервинском, Сретенском, Зачатьевском, Иоанно-Предтеченском монастырях, культовых объектах вблизи и на территории Кремля [6; 10]. Некоторые монастыри и кладбища Москвы (Новодевичьего и Донского монастырей) и Санкт-Петербурга (Никольское кладбище, Благовещенская усыпальница Александро-Невской лавры, некрополь XVIII века, некрополь Мастеров искусств, Казачье кладбище, усыпальницы Духовской церкви и митрополита Исидора, на Волковском, Богословском, Смоленском, Лазаревском, Новодевичьем, Малоохтинском старообрядческом, Громовском, Преображенском Еврейском кладбищах, Литераторских мостках и др.) уже в дореволюционный период начинают восприниматься как исторические памятники с усыпальницами, где можно по-

клониться праху выдающихся деятелей и увидеть произведения мемориального искусства [7; 8; 9].

В глубокой древности обозначилось естественное разделение некрополей по ряду специфических признаков, важных для их современной характеристики: мемориальных воинских кладбищ, православных (старообрядческих), мусульманских, армяно-григорианских, лютеранских и утраченных. Многие монастырские кладбища считались престижными, поскольку на них (или отдельных участках) хоронили знатных людей, другие предназначались только для представителей конкретной национальности (немецкое, армянское кладбища), внутри некоторых некрополей хоронили людей строго по конфессиональному признаку. Например, когда в Москве открылось Введенское кладбище, на его территории имелось четкое деление на конфессиональные участки, и лишь после революции там стали хоронить вне зависимости от вероисповедания. Советский период заметно повлиял и на другие кладбища: многие монастырские и приходские некрополи были уничтожены, другие стали расширять и архитектурно изменять. Например, территория Новодевичьего кладбища (Москва) путем отведения новых участков для захоронения в 1950-е и 1970-е годы, позднее обозначенных как новая и новейшая территории некрополя. Из 2811 памятников московского Новодевичьего монастыря осталось немногим более 100 музейных надгробных памятников [2; 4; 5]. Более современные городские кладбища часто увеличиваются по аналогичному принципу, хотя на старых некрополях запрещены классические погребения в землю (без кремации покойного) или разрешены только для родственников умерших (также путем захоронения урны с прахом). На некоторых старинных кладбищах (например, Смоленском в Санкт-Петербурге), помимо традиционных мест захоронения, сохранились дореволюционные кенотафы, где нет праха и костных останков, а монумент установлен в память о погибшем. В советский период был уничтожен ряд кладбищ Москвы (Братское, Всехсвятское, Дьяковское, Лазаревское, Дорогомиловское и Семеновское кладбища, некрополи Симонова, Даниловского, Спасо-Андроникового, Покровского и др. монастырей), Санкт-Петербурга (Благовещенское кладбище на Васильевском

острове и в Старой Деревне, Богословское кладбище у Сухопутного госпиталя, Вознесенское в Переведенских слободах, Егоровское (Новоспасское) в Лигово, Карновское, кладбище у Галерной гавани, Колтовское, Крестовоздвиженское Ямское, Матвеевского, Митрофаниевское, Невское, Покровское в Рыбацком, Сампсониевское в Выборгском р-не у Сампсониевского собора, Спасо-Бочаринское, Троице-Сергиевское, Троицкое на Охте, Успенское на Троицком поле, Фарфоровское, Чесменское (ул. Гастелло), Выборгское римско-католическое, Митрофаньевское лютеранское, иноверческое Сампосониевское, Старое еврейское (наб. р. Волковки), Тентелеевское кладбища) [1].

Внутреннее устройство и различные аспекты похоронного дела достаточно четко обозначены законодательно, однако на практике соблюдаются далеко не всегда. Озеленением занимаются не в должной мере, в ряде некрополей скудная инфраструктура, а весной их часто затапливает (например, в Санкт-Петербурге), они подвергаются нападению вандалов, постепенно исчезают и варварски уничтожаются (вследствие переполнения) заброшенные старинные могилы, оскверняются склепы.

С организацией обзорных и тематических экскурсий переплетается основная функция некрополя – места для захоронения, зримого объекта выражения чувств и памяти об умершем, оформленного в виде памятника, места, куда могут прийти близкие умершего, проститься и вспомнить о нем. Исторически память об ушедших всегда оставалась в живых людях, ухаживавших за могилой, как бы продолжавшихся заботиться о человеке, ушедшем в мир иной. Не менее важно, что старинные кладбища играют роль богатейшего культурного и исторического наследия, способного рассказать о локальной истории нашей страны. По этой причине старинные некрополи официально признаются музеями под открытым небом, туда организуются обзорные и тематические экскурсии. На подобных кладбищах можно найти работы признанных скульпторов, а по визуальному облику склепов и надгробий можно проследить черты главенствующего в ту эпоху архитектурного стиля.

Поскольку некрополь является общественным пространством, существуют достаточно древние и общепринятые традиции их проектирования. Кладбища создавались визуально привлекательными благодаря ландшафтной архитектуре, созданию уникальных архитектурных и скульптурных композиций, отвечающих не только оптимальному и геометрическому расположению погребений. Например, на уничтоженном в советский период Алексеевском монастырском кладбище до революционных событий октября 1917 года была организована посадка цветов, декоративных кустарников и осуществлялся постоянный уход за аллеями, парковой частью некрополя и ландшафтным оформлением могил.

Однако восприятие кладбища как некого парка, куда люди приходят, чтобы погулять, побыть наедине и отдохнуть, не должно подразумевать глобального изменения смысла некрополя. И хотя граница дозволенного достаточно подвижна, в обществе должно сохраняться понимание того, куда приходит посетитель, какие действия здесь разрешены, а какие совершенно неприемлемы.

Организация туристических маршрутов по старинным городским, приходским и монастырским некрополям наталкивается на решение проблем, связанных как с совершенствованием инфраструктуры внутреннего облика древних российских кладбищ, так и с организацией ритуального бизнеса в нашей стране. Интересными и перспективными станут экскурсии на старинные кладбища Пятигорска, Томска, Симферополя (где погребены большинство членов местного дворянского собрания), Алтая, Тамбова (Воздвиженское кладбище), Красноярска, Ельца, Тулы (Всехсвятское кладбище), Таганрога, Оренбурга, Зарайска, где находятся фамильные дворянские и купеческие захоронения. Примером подобного некрополя на территории ближнего зарубежья является кладбище г. Глуска (Могилевская обл., Беларусь). К сожалению, на грани исчезновения находятся старинные (и по-своему уникальные) погребения на Николо-Малицком и Волынском кладбищах в Твери (Заволжский р-н), Лазаревском кладбище XVIII века в Рязани, Скорбященском кладбище в Шацке.

Литература и источники

1. Алфавитный указатель исторических могил, находящихся на кладбищах г. Петрограда и его окрестностей // Отдел IV: Алфавитный указатель исторических могил… // Весь Петроград на 1917 г., адресная и справочная книга г. Петрограда. – Петроград: Товарищество А.С. Суворина «Новое время», 1917. С. 486–489.

2. Борисенко И.Г. Новодевичий монастырь. М., 2003. 95 с.

3. Буранов Ю.Н. Под сенью монастырей московских. М.: Московский рабочий, 1991. 285 с.

4. Власюк А.И. Новодевичий монастырь. М.: Искусство, 1958. 64 с.

5. Дельнов А.А. Новодевичий некрополь и монастырь. М.: Эксмо, 2006. 368 с.

6. Дмитриев И.Д. Московский первоклассный Новоспасский ставропигиальный монастырь в его прошлом и настоящем. М., 1909; М., 2003.

7. Домбровский И.Е. Некрополь Донского монастыря. М.: Минувшее, 2007. 272 с.

8. Каршилов Е. Донской монастырь. М.: Донской ставропигиальный монастырь, 2012. 94 с.

9. Кобак А.В., Пирютко Ю.М. Исторические кладбища Санкт-Петербурга. М.: Центрполиграф, 2009. 800 с.

10. Паламарчук П.Г. Сорок сороков. Кремль и монастыри. М.: Аст: Астрель, 2003. Т. 1. 501 с.

11. Погосбенян М. Донской монастырь (Методические рекомендации и экскурсии). М., 1988. 29 с.

АРКТИКА КАК СРЕДА ОБИТАНИЯ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ КЛИМАТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ И ЭНЕРГОПЕРЕХОДА

THE ARCTIC AS A HUMAN ENVIRONMENT IN THE CONTEXT OF CLIMATE CHANGE AND ENERGY TRANSITION

УДК 379.85+620.9

Д.А. Соловьев, *старший научный сотрудник Института океанологии им. П.П. Ширшова РАН, канд. физ.-мат. наук, solovev@ocean.ru*
Л.В. Нефедова, *старший научный сотрудник Географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, nefludmila@mail.ru*
г. Москва, Россия

D.A. Solovyev, *Senior Researcher, Shirshov Institute of Oceanology, Russian Academy of Sciences, PhD, solovev@ocean.ru*
L.V. Nefedova, *Senior Researcher, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, PhD, nefludmila@mail.ru*
Moscow, Russia

Ключевые слова: Российская Арктика; устойчивое развитие; среда обитания; климат; экология; туризм.

Keywords: Russian Arctic; sustainable development; environment; climate; ecology; tourism.

Рассмотрены возможности и перспективы использования территории Российской Арктики как будущей среды для постоянного проживания людей, развития рекреации и туризма. Показано, как современные глобальные климатические изменения будут способствовать росту числа постоянных жителей арктических широт и развитию местного туризма. В связи с перспективами развития арктического туризма в ООПТ определены предложения по выработке новых подходов к формированию страте-

© Соловьев Д.А., Нефедова Л.В., 2021

гии развития энергетической инфраструктуры. В рамках концепции «энергетического перехода» предусматривается более широкое использование местных и экологически безопасных возобновляемых источников энергии.

The possibilities and prospects of using the territory of the Russian Arctic as an environment for permanent residence of people in future, the development of recreation and tourism are considered. It is shown how the modern global climatic changes will contribute to an increase in the number of permanent residents of the Arctic latitudes and the development of local tourism. In connection with the prospects for the development of Arctic tourism in protected areas, proposals for developing new approaches to the formation of a strategy for the development of energy infrastructure have been identified. The concept of "energy transition" provides the wider use of local and environmentally friendly renewable energy sources.

Проблемы климатических изменений и устойчивость энергетической инфраструктуры в Российской Артике

Арктическая зона РФ (АЗРФ) является уникальным регионом в части формирования температурного режима. Климат Арктики формируется в условиях значительно меньшего притока тепла от солнца, чем климат неполярных областей. Большая отражательная способность снега и льда, а также преимущественно низкая высота солнца над горизонтом не позволяют сформировать тот температурный фон, который наблюдается в Арктике. Тепло арктического региона в значительной мере определяется количеством адвективного тепла, принесенного океаническими течениями и воздушными потоками из низких географических широт. Температурный режим определяется в основном способностью атмосферы препятствовать тепловому излучению в космос пришедшего адвективного тепла [1]. В результате в Арктике формируются климатические условия с экстремально холодными зимами на севере Сибири и более мягким климатом на севере европейской части РФ. Относительно мягкие климатические усло-

вия на европейском севере Российской Арктики определили активное промышленно-хозяйственного освоение региона, разработку полезных ископаемых, формирование крупных городских агломераций, создание развитой энергетической инфраструктуры, обеспечивающей хозяйственную деятельность, электро- и теплоснабжение промышленного и бытового секторов. Энергетическая инфраструктура представлена преимущественно ТЭЦ в населенных пунктах, газотурбинными станциями в местах добычи полезных ископаемых, дизель-генераторами в небольших поселках [2; 3]. Сектор передачи электроэнергии практически неразвит в связи с высокой стоимость строительства ЛЭП в экстремальных климатических условиях на оттаивающих в летний период многолетне-мерзлотных грунтах. На имеющихся ЛЭП необходимо проводить контроль состояния с помощью приборов в связи с тенденцией возможного обледенения проводов и принимать меры в виде установки ветровых вертушек, противодействующих образованию гололеда. Такой метод защиты уже с успехом применяется на Сахалине. Для АЗРФ необходимы разработки по оптимизации энергетической системы с целью обеспечения безопасности и минимизации крупных потерь, обусловленных климатическими рисками [4]. Проблема особенно актуальна в связи с программой развития атомной энергетики в Арктике. Анализ видов рисков развития энергетической инфраструктуры в АЗРФ показал, что климатические риски стоят на одном из первых мест [5; 6].

Реализация концепции «энергетического перехода»

Понятие «энергетический переход» не ново и означает структурное преобразование глобального энергетического баланса с сокращением доли определенного вида топлива на 10% за 10 лет [7]. За всю свою историю человечество уже пережило три этапа трансформации ТЭК: первым стал переход от биомассы к углю, вторым – от угля к нефти и, наконец, от нефти к газу. Сейчас мы стоим на пороге четвертой энергетической революции, ключевой особенностью которой является наращивание использования низко- и безуглеродных источ-

ников энергии, в частности ВИЭ. Среди основных драйверов, способствующих очередным изменениям, – стремление развитых стран к декарбонизации мировой экономики и их желание снизить свою зависимость от поставок энергоресурсов из-за рубежа. Рассматривая вопросы развития энергетической инфраструктуры АЗРФ в контексте «энергетического перехода», прежде всего необходимо остановиться на влиянии экологических факторов.

Значение Арктики, ее место в системе защиты национальных интересов в экологической сфере определяют уникальные экосистемы, их существенный вклад в обеспечение сбалансированности и устойчивости климата планеты. Вклад Российской Арктики в поддержание глобального экосистемного баланса оценивается в 12% общемирового и превосходит совокупный вклад всех других стран Арктического региона. В АЗРФ представлено около 80% всего видового биоразнообразия северной циркумполярной части Земли [8]. Чрезвычайно важно поддерживать биологическое равновесие на планете и сохранять традиционную систему природопользования коренных малочисленных народов Севера, для которых природная среда является основой жизнедеятельности. Экосистемы Арктики особенно восприимчивы к изменениям климатической системы планеты, поэтому состояние окружающей среды макрорегиона является одновременно и четким индикатором глобальных изменений. Несмотря на относительную (по сравнению с другими регионами) чистоту природной среды российской части Арктики, ее высокая чувствительность к антропогенному и техногенному загрязнению предопределяет необходимость принятия адекватных комплексных мер по снижению влияния различных видов хозяйственной деятельности на физическую, химическую и биологическую природу арктических экосистем.

Важное место в ряду этих мер занимает также необходимость выполнения Российской Федерацией международных обязательств по охране природной среды Арктики. Для защиты природных комплексов Арктики предполагаются совершенствование федерального и регионального природоохранного законодательства, разработка и внедрение в практику

экологических нормативов и стандартов качества природной среды, обеспечение контроля их исполнения, введение мониторинга антропогенного и техногенного воздействия на окружающую природную среду арктических регионов с установлением специального режима природопользования и введением жесткой системы экологических ограничений, стандартов и нормативов [8; 9].

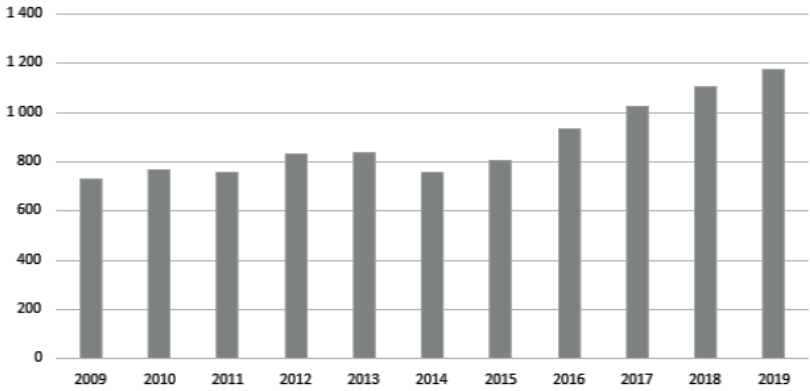
Очевидно, что данные меры будут способствовать созданию в регионе энергоустановок на возобновляемых источниках энергии для децентрализованного энергоснабжения, газотурбинных станций и атомных станций малой мощности в опорных зонах как более экологически «чистых», удорожая или исключая при этом сооружение энергообъектов на углеводородном топливе, особенно на угле, и использование дизель-генераторов на охраняемых природных территориях.

Перспективы Российской Арктики как будущей комфортной среды для постоянного проживания людей и развития арктического туризма

На современном этапе для обеспечения экологически устойчивого развития всей арктической инфраструктуры, включая рекреационную, необходимо в первую очередь решение вопросов ликвидации прошлого экологического ущерба. В течение длительного советского периода и в более поздние годы велась доставка «северным завозом» дизельного топлива в металлической таре. Вывоз тары или ее утилизация не производились, что привело к значительным экологическим проблемам практически по всему побережью Северного Ледовитого океана и арктических территорий. В значительной мере нарушены экологические условия и при добыче на газонефтеносных участках и горнопромышленных территориях. И в настоящее время поставки в рамках «северного завоза» составляют ежегодно 6–8 млн т горюче-смазочных материалов и около 20–25 млн т угля. Вывоз порожней тары и минимизация попутного загрязнения угольной пылью при транспортировке и перегрузке угля являются крайне важными факторами соблюдения экологических нормативов. В будущем

при осуществлении инфраструктурных проектов необходимо предусматривать мероприятия и средства на закрытие, утилизацию производственного объекта после завершения жизненного цикла. Для реализации туристического потенциала арктических регионов важно создание новых объектов энергетической инфраструктуры, в том числе на базе ВИЭ. В связи с высокой экологической «уязвимостью» природных ландшафтов Арктики это потребует проведения предварительных исследований по оценке воздействия на окружающую среду с особой тщательностью. Несоответствие экологическим требованиям и нормативам может стать непреодолимым препятствием для создания новых энергообъектов. Например, развитие ветроэнергетики в АЗРФ требует обязательного предварительного мониторинга путей миграции перелетных птиц. Необходима установка особых систем очистки выбросов от угольных котельных и ТЭС с постепенным уменьшением их доли в энергобалансе региона и переходом на газотурбинные установки и газовые котельные.

Согласно статистическим данным Ростуризма [10], за последние 10 лет туристический поток в Арктику вырос более чем в 1,6 раз – с 725 тыс. до 1172 тыс. человек в год (см. рис.). Однако необходимо отметить, что в России в качестве туристов учитываются люди, приезжающие работать в Арктический регион вахтовым методом, что значительно искажает реальное число туристов в регионе. Объем предоставленных платных услуг гостиничного сервиса также вырос в соответствии с увеличением туристического потока – в 1,3 раза в рублевом эквиваленте: с 6,4 млрд руб. в 2009 году до 9,8 млрд руб. в 2019 году. В 2019 году доля иностранных граждан в Российской Арктике составила 5,3% (68 тыс. чел.). Невысокая доля иностранных граждан в Арктике может быть связана как с дополнительными ограничениями на въезд в некоторые арктические зоны, так и с общей неразвитостью сервисов. Несмотря на общий рост количества туристов в Российской Арктике, арктические регионы остаются внизу списка среди всех регионов РФ по количеству туристов. Общая неразвитость инфраструктуры региона, включая энергетическую, отсутствие сервисных услуг и плохая транспортная доступность сдерживают туристический поток.



Количество человек, посетивших Арктику в России
по всем регионам [10]

Подробный тематический и региональный анализ состояния на 2006 год и перспектив развития туризма в Арктике представлен в монографии [11]. В издании анализируются основные концепты, ресурсный потенциал, возможности и угрозы развития арктического туризма, дан туристский рейтинг регионов Российской Арктики. Ежегодно с 2010 года проблемы развития арктических территорий обсуждаются на международных форумах «Арктика: настоящее и будущее» в Санкт-Петербурге. Широкое освещение проблем арктического туризма проведено в июне 2020 года на онлайн-конференции «Арктический туризм – новые вызовы для бизнеса», инициированной Министерством природных ресурсов и экологии РФ. Устойчивый экологический туризм в Арктике может способствовать социально-экономической стабильности региона, созданию новых рабочих мест и сохранению уникальной культуры коренных и малочисленных народов Севера, сохранению природной среды региона. Особого внимания требуют энергетические инфраструктурные проекты на охраняемых природных территориях. В АЗРФ особо охраняемые природные территории (ООПТ) федерального и регионального значения занимают 13,7% площади (5,3% – ООПТ феде-

рального значения, 8,4% – регионального), что значительно выше, чем в среднем по России [12].

В настоящее время в границах российской части Арктики находится 21 особо охраняемая природная территория федерального значения общей площадью более 27 млн га. К ним относится морская акватория площадью около 10 млн га. К 2024 году в Арктике появятся еще пять новых особо охраняемых природных территорий. Планируется дальнейшее расширение охраняемых территорий и увеличение числа заповедников, где хозяйственная деятельность будет запрещена [13]. При интенсивном промышленном освоении Арктики роль ООПТ становится одним из главных направлений в устойчивом развитии региона и базовым туристическим кластером экологического туризма, популярность которого быстро росла до пандемии коронавируса. Для сравнения: по оценкам Всемирной туристской организации доля экологического туризма в мире в 2019 году составляла около 10%, а в России этот показатель равен всего лишь 2%. Таким образом, у Российской Арктики имеется огромный потенциал роста в этом направлении. Почти 55% площади всех ООПТ федерального значения приходится на заповедники – территории высшего уровня охраны, в границах которых сохраняются все компоненты природной среды.

В АЗРФ функционируют 12 государственных заповедников. Заповедник «Остров Врангеля» является объектом Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. Заповедники «Большой Арктический», «Водлозерский», «Лапландский», «Центральносибирский» и «Таймырский» имеют международный биосферный статус. Заповеднику «Кандалакшский» присвоен статус водно-болотных угодий международного значения. В Российской Арктике функционируют шесть национальных парков, площадь которых составляет 23% всех ООПТ федерального значения, крупнейший из них НП «Русская Арктика» площадью 1,43 млн га, расположенный на островах Земля Франса Иосифа и прилегающих островах. По площади арктических особо охраняемых природных территорий лидером является Республика Саха (Якутия), в границах которой расположено 64% их суммарной площади [14]. Для развития отечественного и международно-

го арктического туризма большие перспективы представляет расширение навигации по Северному морскому пути (СМП), прогнозируемое в связи с глобальными климатическими изменениями [15].

Таблица

Основные возможности и перспективы развития туризма в АЗРФ

Перспективы	Возможности
Создание новых и развитие существующих ООПТ	Использование широкого разнообразия природных условий
Создание арктических кластеров круизного и экологического туризма	Сохранение наследия коренных народов Севера
Отступание льдов, обусловленное климатическими изменениями, делает возможной длительную морскую навигацию	Возможность развития «зеленой» энергетической и транспортной инфраструктуры, создания комфортной среды обитания человека
Дополнительные доходы регионального бюджета	Улучшение экологической обстановки в регионе
Диверсификация экономики региона с дополнением «сырьевой» модели «сервисно-туристической» составляющей	Возможность вовлечения местного населения в экономическую деятельность и привлечение дополнительных трудовых ресурсов

Для успешного развития экологического туризма в арктических ООПТ данные территории должны не только обладать природным потенциалом, благоприятными социально-экономическими условиями и хорошей транспортной доступностью, но и быть обеспечены необходимой инфраструктурой [16]. Основные перспективы и возможности развития арктического туризма представлены в таблице. Туристические кластеры в рамках ООПТ должны в полной мере обеспечить возможности пребывания посетителей, при этом не разру-

шая естественные природных ландшафты и биоразнообразие. География экологического и круизно-экспедиционного туризма в АЗРФ охватывает практически все северное побережье России с находящимися там ООПТ. Российская Арктика имеет большой туристический потенциал и готовность к увеличению собственных и зарубежных турпотоков, однако низкая развитость сервисов, отсутствие транспортной доступности, проблемы с энергообеспечением значительно тормозят развитие туристической отрасли.

Работа выполнена в рамках Госзаданий № 0128-2021-0003 и № 121051400082-4.

Литература и источники

1. Шерстюков Б.Г. Климатические условия Арктики и новые подходы к прогнозу изменения климата // Арктика и север. 2016. № 24. С. 39–67.

2. Моргунова М.О., Нефедова Л.В., Соловьев Д.А. Будущее энергетического комплекса Арктической зоны Российской Федерации с точки зрения устойчивого развития // Семинар вузов но теплофизике и энергетике : материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием. 2019. С. 280–281.

3. Morgunova M.O., Solovyev D.A., Nefedova L.V., Gabderakhmanova T.S. Renewable energy in the Russian Arctic: Environmental challenges, opportunities and risks // Journal of Physics: Conference Series. 2020. (1565). С. 012086.

4. Порфирьев Б.Н., Терентьев Н.Е. Эколого-климатические риски социально-экономического развития Арктической зоны Российской Федерации // Экологический вестник России. 2016. № 1. С. 32–39.

5. Оценочный доклад Росгидромета о климатических рисках на территории Российской Федерации. URL: https://meteoinfo.ru/novosti/14658-opublikovan-otsenochnyj-doklad-rosgidrometa-o-klimaticheskikh-riskakh-na-territorii-rossijskoj-federatsii (дата обращения: 14.09.2021).

6. Нефедова Л.В., Соловьев Д.А. Проблемы и риски использования ВИЭ для развития туризма в арктическом регионе // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: тр. XIV Между-

нар. научно-практ. конф. (Москва, 25 апреля 2019 г.). М.: Диалог культур, 2019. С. 417–424.

7. Батенин В.М., Бушуев В.В., Воропай Н.И. Инновационная электроэнергетика – 21. М.: Энергия, 2017. 584 с.

8. Павленко В.И. Арктическая зона Российской Федерации в системе обеспечения национальных интересов страны // Арктика: экология и экономика. 2013. № 4. С. 12.

9. Павленко В.И., Меламед И.И., Куценко С.Ю., Авдеев М.А. Формирование контура Арктической зоны Российской Федерации как субъекта управления // Известия Российской академии наук. Серия «Географическая». 2015. № 4. С. 5–11.

10. Арктика как территория и туристическое направление. URL: https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/ (дата обращения: 14.09.2021).

11. Арктический туризм в России / отв. ред. Ю.Ф.Лукин. Архангельск: САФУ, 2016. 256 с.

12. Присяжная А.А., Круглова С.А., Хрисанов В.Р., Снакин В.В. Территориальная охрана редких и находящихся под угрозой исчезновения видов растений в Арктической зоне Российской Федерации // Арктика: экология и экономика. 2019. № 1 (33). С. 61–70.

13. Стишов М.С. Особо охраняемые природные территории Российской Арктики: современное состояние и перспективы развития. М.: Всемирный фонд дикой природы (WWF), 2013. 427 с.

14. Киприянова Л.Д. Арктические особо охраняемые природные территории Республики Саха (Якутия) и их проблемы // Арктика XXI век. Естественные науки. 2014. № 1 (1).

15. Nefedova L.V., Solovyev D.A. Assessment of the global climate change impact on Fuel and Energy Complex infrastructure and adaptation opportunities in the Russian Arctic // IOP Conference Series. 2020. № 606. С. 1040.

16. Golubeva E., Tulskaya N., Tsekina M., Kirasheva N. Ecological tourism in protected natural areas of the Russian Arctic: prospects and challenges // Arctic and North. 2016. № 2(23). С. 66–79.

ОСОБЕННОСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ЦЕПИ SHANGRI-LA HOTELS AND RESORTS

FEATURES OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE SHANGRI-LA HOTELS AND RESORTS HOTEL CHAIN

УДК 338.488.2:640.41 + 640.41

Т.Н. Третьякова, *профессор, д-р пед. наук, ttn1@mail.ru*
А.Н. Аракчеева, *магистрант, arakcheeva.anastasiya.1998@mail.ru*
Южно-Уральский университет,
г. Челябинск, Россия

T.N. Tretyakova, *Professor,Doctor of Pedagogical Sciences, ttn1@mail.ru*
A.N. Arakcheeva, *Master Student, arakcheeva.anastasiya.1998@mail.ru*
South Ural State University,
Chelyabinsk, Russia,

Ключевые слова: международный туризм; Shangri-La Hotels and Resorts; туризм; устойчивое развитие гостиниц; Китай.

Keywords: international tourism; Shangri-La Hotels and Resorts; sustainable development of hotels; China.

Рассматриваются этапы формирования гостиничной цепи Shangri-La, приводится характеристика брендов гостиничной цепи, географическое расположение отелей, краткая информация об основателе бренда и происхождении названия и причины устойчивого развития. Сеть гостиниц распространена в основном в Азиатско-Тихоокеанском регионе, однако стоит отметить, что гостиничная цепь Shangri-La получила распространение за короткий период времени и во многих других регионах.

The article examines the stages of the formation of the hotel chain, the geographical location of hotels, brief information

© Третьякова Т.Н., Аракчеева А.Н., 2021

about the foundation of the brand and the origin of the name and the reasons for the development. The chain is mainly distributed in the Asia-Pacific region, but it is worth noting that the Shangri-La hotel chain has spread in a short period of time in many other regions.

Shangri-La Hotels and Resorts – крупнейшая азиатская многопрофильная глобальная гостиничная сеть премиум-класса, является торговым подразделением многонациональной компании в сфере гостеприимства Shangri-La International Hotel Management Limited. Штаб-квартира сети расположена в гонконгском офисе компании. География Shangri-La Hotels and Resorts насчитывает более 100 отелей в различных регионах мира [6].

Роберт Куок Хок – основатель гостиничной цепи Shangri-La, малазийский бизнес-магнат и инвестор китайского происхождения. Он построил и открыл 23 апреля 1971 года первый роскошный отель в Сингапуре и заложил основы новых стандартов азиатского гостеприимства в этом регионе. В отеле Shangri-La Hotel Singapore 747 номеров и люксов, 127 обслуживаемых апартаментов и 55 кондоминиумов. С 2002 года в отеле ежегодно проводится встреча министров обороны, постоянных глав министерств и военачальников 28 стран Азиатско-Тихоокеанского региона [5].

Началом формирования гостиничной сети Shangri-La Hotels and Resorts можно считать 1949 год, дату основания материнской компании The Kuok Group. В 1971 году открывается первый отель Shangri-La в Сингапуре под управлением Western International Hotels, и уже в 1979 году Kuok Hotels сформирована для управления тремя объектами: Shangri-La's Rasa Sayang Resort and Spa; курорт «Золотые пески» на Пенанге (Малайзия); «Фиджи» на острове Янука (Фиджи), и в этом же году была основана компания Shangri-La International Hotel Management Ltd. В 80–90-х годах открываются первые отели сети в крупных городах Китая, Таиланда, Индонезии и на Филиппинах. Наиболее активное развитие сети приходится на XXI век. Сеть отелей расширяется, они появляются в странах Европы, Северной Америке, Африки и Австралии [4].

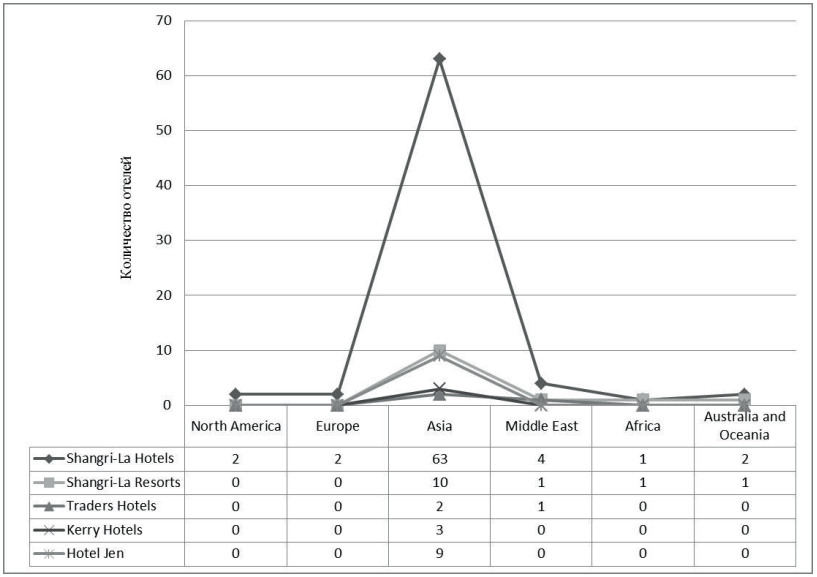
Название гостиничной сети Shangri-La Hotels and Resorts происходит от мифического места Шангри-Ла, описанного в романе 1933 года британского писателя Джеймса Хилтона «Затерянный горизонт». Хилтон описывает Шангри-Ла как мистическую долину, заключенную в западной оконечности гор Куньлунь. Шангри-Ла стала синонимом любого земного рая – вечно счастливой земли, изолированной от мира. В романе люди, живущие в Шангри-Ла, живут сотни лет и очень медленно стареют [7].

Успешная гостиничная сеть Shangri-La привлекала внимание многих зарубежных исследователей. Т. Хеффернан и М. Дроулерс в статье 2007 года «Восток и Запад: успешная интеграция культур в Шангри-Ла, Сидней» рассмотрели отель Shangri-La в Сиднее (Австралия) и определили ключевые факторы удержания клиентов в самом успешном отеле класса люкс в Сиднее. Абдулла Хаим Хильман в своей публикации «Построение стратегии и поддержание конкурентных преимуществ: исследование сети отелей Shangri-La (Малайзия), Берхад» в 2015 году рассмотрел лучшие стратегические инициативы отелей сети Shangri-La и выяснил, за счет чего некоторые отели преуспевают в динамичной конкурентной среде, а остальные терпят поражение.

Ки, Дейзи Муи Хунг и др. в статье 2020 года «Стратегия Shangri-La Hotels and Resorts в отношении людей и культуры в обеспечении удовлетворенности сотрудников» определили, как стратегия в отношении людей и культуры, реализуемая Shangri-La Hotels, способствует успеху развития самого известного и роскошного отеля в Азии.

Все отели гостиничной цепи Shangri-La подразделяются на пять брендов: Shangri-La Hotels, Shangri-La Resorts, Traders Hotels, Kerry Hotels и Hotel Jen. Брендированные отели расположены в различных регионах мира: Азии, Европе, Северной Америке, Африке, Австралии и Океании (рис. 1) [2].

Как видно на рис. 1, большая часть отелей всех представленных брендов расположена в Азиатском регионе, что говорит об ориентированности сети отелей на создание комфортного азиатского национального гостеприимства в наиболее подходящей для этого среде.



	North America	Europe	Asia	Middle East	Africa	Australia and Oceania
Shangri-La Hotels	2	2	63	4	1	2
Shangri-La Resorts	0	0	10	1	1	1
Traders Hotels	0	0	2	1	0	0
Kerry Hotels	0	0	3	0	0	0
Hotel Jen	0	0	9	0	0	0

Рис. 1. Количество отелей сети по брендам
в различных регионах мира

Наименьшее число отелей находится в Северной Америке, Европе и Африке.

Примечательно, что несколько отелей расположены в Австралии, что позволяет жителям столь удаленных от Азии мест ощутить на себе весь национальный колорит азиатского гостеприимства.

Общее число отелей согласно данным официального сайта гостиничной цепи Shangri-La Hotels and Resorts в 2020 году достигло 102 и продолжает увеличиваться. Номерной фонд гостиничной цепи в 2020 году возрос до 35,2 тыс. номеров. В 2021–2022 годах планируется открытие еще нескольких крупных отелей в Китае, а именно Shangri-La Hotel Shougang Park в Пекине (2021), отели сети Shangri-La в городах Наньнин, Путянь, Цянь Тан (2021) и отель Shangri-La в городе Чжэнчжоу (2022). Данные по количеству отелей, номеров и их распределение по брендам представлены в табл. 1 и на рис. 2.

Таблица 1

Число отелей, курортов и номеров брендов гостиничной сети Shangri-La [2]

Бренд	Число отелей и курортов	Число отелей в % к общему итогу	Номер-ной фонд	Номерной фонд в % к общему итогу
Shangri-La Hotels	74	72,5	21	91,3
Shangri-La Resorts	13	12,7	8	34,8
Traders Hotels	3	2,9	3	13,0
Kerry Hotels	3	2,9	1	4,3
Hotel Jen	9	8,8	5	21,7
Итого	102	100	23	100

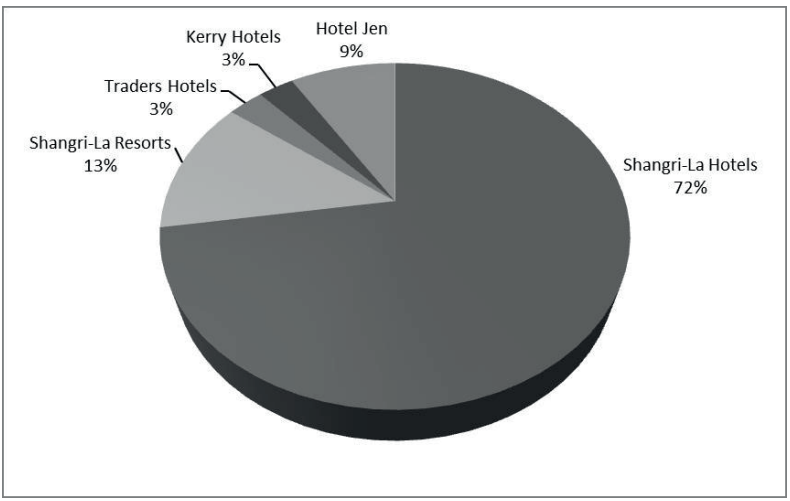


Рис. 2. Доля отелей отдельно взятого бренда от общего числа отелей

Как видно на диаграмме, большую долю отелей гостиничной сети составляет бренд Shangri-La Hotels (72%) – это роскошные пятизвездочные отели, расположенные в ведущих городах Азиатско-Тихоокеанского региона, Северной Америки, Ближнего Востока и Европы. Обслуживание мирового класса и спокойная обстановка в сочетании с вдохновляющей архитектурой и дизайном, лучшие рестораны в каждом отеле гарантируют, что каждый гость будет доволен и пребывание в отелях бренда будет действительно незабываемым.

Shangri-La Resorts составляет 13% фонда отелей. Это бренд для тех, кто хочет тишины и покоя не слишком далеко от главных курортных центров. Номера отелей с террасой у океана идеально подходят для семей, которым нужно место отдыха с великолепным видом.

Hotel Jen составляет 9% фонда отелей бренда. Hotel Jen расположены в ключевых городах Азии, ориентированы на лаконичный дизайн и быстрый ритм жизни. Отели бренда предлагают передовые технологии, гибкие пространства и все, что только угодно гостям для совмещения работы и отдыха, поддержания своего ритма жизни и максимального использования времени своего пребывания. Отмеченные наградами дизайнеры и архитекторы создают стильные, уютные номера, комфортные тренажерные залы, оживленные коворкинги, которые сочетаются с модной азиатской едой и фирменными напитками.

Отели брендов Traders и Kerry Hotels составляют наименьшую долю общего числа отелей, а именно по 3% каждый.

Расположенные в бизнес-центрах Азии и Ближнего Востока отели Traders являются практичным выбором как для деловых людей, так и для туристов. Traders обслуживают опытных, страстных путешественников, которые ценят функциональность и выполнение основных задач гостиничного номера – отдых после насыщенного дня за пределами отеля. Гости наслаждаются сочетанием продуманной простоты и теплоты азиатского гостеприимства. Независимо от цели поездки – работа, отдых или развлечения – каждый отель Traders предлагает тщательно продуманную среду, позволяющую гостям сосредоточиться на том, что действительно важно.

Первые отели Kerry в семье Shangri-La были открыты в Шанхае и Пекине в 2011 году. Этот бренд подходит гостям, которые стремятся к более приземленному отдыху. Попадая в отель Kerry, гость получает реальное ощущение места и района, в котором находится, чувствует себя частью сообщества. Каждый отель Kerry полон жизни и активности. Они выделяются энергичным стилем и внимательным отношением к деталям, которые придают индивидуальность, предлагают роскошное пребывание и вдохновляющие впечатления как местным жителям, так и путешественникам. Отели имеют уникальный функциональный дизайн и интуитивно понятный сервис обслуживания.

Отели гостиничной сети Shangri-La Hotels and Resorts представлены в 23 странах мира в разных частях света. Как распределены отели и номерной фонд по странам, мы можем увидеть в табл. 2.

Таблица 2

Число отелей, курортов и номеров брендов гостиничной сети Shangri-La в распределении по странам [6]

Страна	Число отелей и курортов	Число отелей в % к общему итогу	Номерной фонд	Номерной фонд в % к общему итогу
КНР Гонконг	4	3,922	2073	5,88
Материковый Китай	49	48,039	19 190	54,46
Сингапур	5	4,902	1811	5,14
Малайзия	8	7,843	2872	8,15
Филиппины	6	5,882	2719	7,72
Таиланд	2	1,961	1079	3,06
Австралия	2	1,961	819	2,32
Франция	1	0,980	101	0,29

Окончание табл. 2

Страна	Число отелей и курортов	Число отелей в % к общему итогу	Номерной фонд	Номерной фонд в % к общему итогу
Мальдивы	1	0,980	246	0,70
Турция	1	0,980	186	0,53
Фиджи	1	0,980	443	1,26
Мьянма	2	1,961	466	1,32
Индонезия	3	2,941	984	2,79
Монголия	1	0,980	290	0,82
Маврикий	2	1,961	203	0,58
Шри-Ланка	2	1,961	274	0,78
Япония	1	0,980	200	0,57
Соединенное Королевство	1	0,980	202	0,57
Канада	2	1,961	348	0,99
Оман	2	1,961	270	0,77
Объединенные Арабские Эмираты	2	1,961	165	0,47
Индия	2	1,961	134	0,38
Тайвань	2	1,961	164	0,47
Итого	102	100	35 239	100

По данным табл. 2 можно сделать следующие выводы: преобладающее количество как отелей и курортов (49), так и номерного фонда в целом (19 190) расположено в Китае, среди прочих стран наибольшее число отелей расположены в Малайзии (8), на Филиппинах (6) и в Сингапуре (5). По од-

ному отелю гостиничной сети представлено во Франции, на Мальдивах и Фиджи, в Турции, Монголии, Японии и Соединенном Королевстве. В России, к сожалению, ни одного отеля сети нет. В целом можно сделать вывод, что гостиничная сеть Shangri-La имеет довольно обширную географию. Отели бренда представлены на большей части континентов и во многих регионах мира.

Наибольшее количество отелей сети и номерного фонда приходится на Китай, что закономерно, ведь Китай входит в пятерку самых посещаемых стран. По данным Всемирной туристической организации (UNWTO), в 2019 году Китай посетили 67,5 млн туристов. Также согласно рейтингу UNWTO Китай занимает четвертое место среди самых популярных туристских стран [9].

Гостиничная сеть Shangri-La Hotels and Resorts ежегодно в открытом доступе размещает отчетные данные, в том числе и об устойчивом развитии сети. Последний отчет об устойчивом развитии представлен в 2020 году.

С 2018 года в отелях действует система TrustYou – независимый комплексный инструмент для измерения обратной связи, призванный помочь динамически оценивать удовлетворенность гостей. Он объединяет данные внутренних и внешних рейтингов с оценкой эффективности отелей по сравнению с конкурентами на рынке. Опрос гостей собирает информацию об общем впечатлении от проживания, которое учитывается в рейтинге TrustYou CompIndex каждого отеля. Регулярная обратная связь с отелями об их оценках по ключевым факторам OSE дает полезную информацию для разработки и реализации новых инициатив, которые будут постоянно улучшать качество обслуживания гостей и оказывать положительное влияние на дальнейшее устойчивое развитие [8].

Группа Shangri-La объединила все инициативы в области CSR и ESG (корпоративная социальная ответственность и экологические, социальные и управленческие показатели) под одну кампанию «Устойчивое развитие» в пяти ключевых областях: окружающая среда, здоровье и безопасность, сотрудники, цепочка поставок и отношения с заинтересованными сторонами. Эта кампания направлена на просвещение за-

интересованных сторон, воодушевление и вовлечение сотрудников сети, поощрение деловых партнеров и присоединение к инициативам местного сообщества.

Основные проекты Shangri-La Group в области устойчивого развития включают Embrace и Sanctuary. Запущенный в сентябре 2009 года проект «Уход за людьми» (Embrace) обязывает каждый отель сети сотрудничать с выбранным бенефициаром в течение 5–10 лет, уделяя особое внимание программам здоровья или образования детей. В этих проектах рассматривается уровень образования и поддержки здравоохранения, необходимый для малообеспеченных слоев населения. Shangri-La сотрудничают со школами, медицинскими центрами, детскими домами и другими благотворительными организациями, чтобы предоставить им финансирование, поддержку инфраструктуры, обучение и работу в гостиницах. Например, сотрудники отеля Shangri-La в Джакарте помогают убирать, ремонтировать и восстанавливать местную среднюю школу.

Основной принцип, лежащий в основе проекта «Забота о природе» (Sanctuary), – способствовать сохранению и восстановлению биоразнообразия. Отели бренда присутствуют во многих самых красивых и экологически разнообразных регионах мира и несут ответственность за сохранение биоразнообразия этих нетронутых мест для будущих поколений. Shangri-La сотрудничают с местными органами власти и сообществами вокруг курортов, чтобы защитить окружающую среду обитания, а также работают над специальными проектами защиты окружающей среды. Например, в 2019 году был введен групповой запрет на использование пластиковых соломинок и мешалок, отели перешли на воду в стеклянных бутылках и ввели более экологичную упаковку для тапочек. На сегодняшний день реализовано около 15 проектов Sanctuary [3].

Об устойчивом развитии гостиничной сети Shangri-La свидетельствуют многочисленные награды. Гостиничная сеть имеет награду ASEAN MICE Venue Award (2020) за ответственный туризм и устойчивые усилия курорта, включая заповедник площадью 64 акра, сокращение одноразового ис-

пользования пластика и многое другое. Отель Discovery признал отель Shangri-La в городе Ухань специальным спонсором борьбы с коронавирусом в 2020 году. В июле 2020 года Совет социального обслуживания Гонконга 14-й год подряд признал Коулун Shangri-La в Гонконге заботливой компанией. Три крупные благотворительные организации – Hong Chi Gateway, Christian Action и Christian Family Services – номинировали отель на награду за его приверженность делу улучшения жизни общества. Также у отеля Kowloon Shangri-La имеется сертификат от бюро по окружающей среде Гонконга, свидетельствующий о том, что отель вносит свой вклад в обеспечение устойчивого развития, сокращение объема отходов и поддержку инициативы EcoPark по переработке отходов. Министерство туризма и культуры Малайзии (MOTAC) одобрило курортный спа-отель Shangri-La Rasa Sayang Resort & Spa (Пенанг) как один из лучших экологически чистых курортов в 2019 году. Отель Shangri-La в Пекине получил серебряную награду MSC China Hotel of the Year, которая присуждается за усилия отеля по продвижению экологически безопасного потребления морепродуктов в месте назначения. Одна из последних наград была получена 29 января 2021 года. Фонд BENQ, созданный для помощи уязвимым слоям населения, выбрал отель Shangri-La в Сучжоу в качестве одного из подразделений благотворительных пожертвований 2020 года. Награда отмечает усилия и вклад отеля в поддержку передовых медицинских работников в больнице BENQ и помощь уязвимым членам сообщества [1].

В целом по гостиничной сети Shangri-La Hotels and Resorts можно сделать следующие выводы: бренд имеет довольно обширную географию, так как отели представлены во многих регионах мира, однако в России отели сети пока не представлены. Основная цель сети – познакомить туриста с азиатским гостеприимством и традициями. Большая часть отелей всех представленных брендов расположена в Азиатском регионе. Преобладающее большинство как отелей, так и номерного фонда расположено в Китае, среди прочих стран наибольшее число отелей расположено в Малайзии (8), на Филиппинах (6) и в Сингапуре (5). Гостиничная сеть Shangri-La Hotels and

Resorts имеет устойчивое развитие и продолжает совершенствоваться на протяжении многих лет.

Литература и источники

1. Awards. URL: https://www.shangri-la-sustainability.com/awards (дата обращения: 19.03.2021).

2. Brands Shangri-La Hotels and Resorts. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Shangri-La_Hotels_and_Resorts (дата обращения: 16.03.2021).

3. Corporate Social Responsibility. URL: https://www.shangri-la-sustainability.com/about-us (дата обращения: 19.03.2021).

4. History of creation Shangri-La Hotels and Resorts. URL: https://www.shangri-la.com/group/our-story/milestones#!#collapseOne0 (дата обращения: 16.03.2021).

5. Robert Kuok. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Kuok (дата обращения: 18.03.2021).

6. Shangri-La Hotels and Resorts. URL: https://www.shangri-la.com/ (дата обращения: 18.03.2021).

7. Shangri-La novel «Lost Horizon» James Hilton. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Shangri-La (дата обращения: 17.03.2021).

8. Sustainability Report 2019. URL: https://sitecore-cd.shangri-la.com/-/media/Project/Shangri-La-Group/OurStory/Files/Community-And-Social-Impact/Sustainability-Reports/2019_SustainabilityReport.pdf (дата обращения: 19.03.2021).

9. UNWTO. Tourism Highlights 2019 URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf (дата обращения: 18.03.2021).

СОЦИАЛЬНЫЙ СЕРТИФИКАТ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОКАЗАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

SOCIAL CERTIFICATE AS A NEW TOOL TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF PUBLIC SERVICES IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

УДК 369:338.48

А.В. Фрыгин, *начальник Финансового управления Администрации г.о. Щёлково, доцент Департамента общественных финансов Финансового университета при Правительстве РФ, канд. экон. наук, frygin2014@yandex.ru*
г. Москва, Россия

A.V. Frigin, *Head of the Financial Department of the Shchelkovo city district Administration, Associate Professor, Department of Public Finance, Financial University under the Government of the Russian Federation, PhD in economics, frygin2014@yandex.ru*
Moscow, Russia

Ключевые слова: социальный заказ, социальный сертификат, индустрия туризма, апробация, пилотный проект, экскурсионное обслуживание, целевые группы, финансовое обеспечение.

Keywords: social order, social certificate, tourism industry, approbation, pilot project, excursion service, target groups, financial support.

Рассматриваются вопросы внедрения и практической реализации форм и методов повышения эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг в области развития индустрии туризма. Анализируются условия, факторы и механизмы, способствующие

© Фрыгин А.В., 2021

улучшению качественных показателей управления туристским потенциалом через систему социального заказа. Целью нововведений является повышение доступности услуг туристской направленности за счет привлечения к их оказанию организаций негосударственного сектора экономики и создания конкурентной среды. Апробация социального заказа в области туриндустрии показывается как инструмент оплаты услуг организаций, привлеченных к их оказанию путем использования социального сертификата.

The issues of introduction and practical implementation of forms and methods of increasing the efficiency and quality of the provision of state and municipal services in the development of the tourism industry are considered. The conditions, factors and mechanisms that contribute, through the system of municipal order, to improve the quality indicators of tourism potential management are analyzed.

The purpose of the innovations is to increase the availability of tourist services by attracting organizations from the non-state sector of the economy to their provision and creating a competitive environment. The approbation of social order in the field of travel industry is shown as a tool for paying for the services of organizations involved in their provision by using a social certificate.

В 2020 году был принят закон о социальном заказе, который является продолжением реформы бюджетной сети, проводимой с 2010 года, и направлен на повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг за счет привлечения негосударственного сектора экономики к их оказанию [1]. Государственный (муниципальный) социальный заказ на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере (далее – социальный заказ) представляет собой документ, устанавливающий основные показатели, характеризующие количественные и качественные параметры государственных (муниципальных) услуг, категории их потре-

бителей и способ исполнения за счет средств соответствующего бюджета.

Социальный заказ является новой, еще не реализовывавшейся ранее формой оказания бюджетных услуг. В целях его апробации на федеральном уровне отобраны регионы и отрасли, участвующие в этом процессе. В их число вошло и такое направление, как создание благоприятных условий для развития туристской индустрии [5], а в качестве пилотных субъектов РФ по этому направлению выбраны Московская, Калининградская и Тюменская области. Регионы определены федеральными органами исполнительной власти исходя из уровня развития некоммерческого сектора экономики и кадрового потенциала государственных служащих, способных воплотить механизм социального заказа. Сама же реализация мероприятий, предусмотренных вышеупомянутым законом, осуществляется на федеральном, региональном и местном уровнях.

Бюджетное финансирование такой отрасли, как туризм, является проблемным для каждого уровня власти. Не будет преувеличением сказать, что практически всегда финансовое обеспечение мероприятий туристской направленности осуществляется по остаточному методу. Скорее всего, выделение средств из бюджета на развитие сферы туризма можно назвать одним из условий для решения вопросов регионального и местного значения, к которым можно отнести обеспечение занятости населения путем создания дополнительных рабочих мест, формирование комфортной среды на подведомственной территории, увеличение поступлений в бюджет.

Отдельные туристские практики и бренды по большей части являются исключением из правил и связаны либо с историческим особенностями территории, либо с инициативой частных лиц и властных структур.

Даже федеральное законодательство не всегда учитывает возможности, в том числе правовые, по использованию средств бюджета на развитие туристского потенциала. Так, принятые в 2021 году изменения в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [2] определяют права (но не полномочия – а это главный при-

знак!) органов местного самоуправления по развитию туризма. В то же время действующее законодательство [3] не позволяет направлять средства местных бюджетов муниципальных образований, являющихся дотационными (а таких от 80 до 100% в разных субъектах РФ) на указанные цели [4].

Поэтому любые формы участия бюджета в вопросах финансирования развития сферы туризма, будь то оплата услуг или инвестирование в туристскую отрасль, представляются заслуживающими внимания [8]. Необходимо отметить, что все мероприятия по реализации социального заказа в текущем году проходят в режиме апробации.

Из двух способов организации социального заказа – конкурсные процедуры и выдача социального сертификата – для сферы туризма выбран второй. Социальный сертификат представляет собой именной документ, удостоверяющий, с одной стороны, право потребителя услуг выбрать исполнителя для получения государственной услуги в определенном объеме и на определенных условиях, а в установленных случаях – определенного качества, а с другой – право исполнителя на финансовое обеспечение (возмещение) затрат, связанных с оказанием данной услуги. Социальный сертификат предусматривает возможность выбора исполнителя услуги самим потребителем с условием принятия по данному вопросу соответствующего нормативного правового акта. Новация такой системы заключается в установлении единого подхода к финансовому обеспечению бюджетной услуги независимо (в отличие от системы государственного/муниципального задания) от организационно-правовой формы и формы собственности исполнителя и является конкурентным способом оказания бюджетной услуги [10].

На основе пофакторной модели органами государственной власти РФ и субъектов РФ производится отбор исполнителей услуг для их получения.

В целях формирования лучших практик апробации закона о социальном заказе в сфере развития индустрии туризма в пилотных проектах выбрано одно из направлений туристского продукта – доступность и популяризация туризма для детей школьного возраста [9].

Так, в Московской области Комитетом по туризму приняты нормативные документы, которые предусматривают отбор получателей субсидий, оказывающих услуги по реализации туристского продукта и экскурсионному обслуживанию организованных групп несовершеннолетних туристов по туристским маршрутам Московской области. Основной целью разработки туристских маршрутов является посещение предприятий, представляющих народно-художественные промыслы Подмосковья [11].

Определены требования к участникам отбора, которые устанавливают, что претенденты на получение субсидий:

- не имеют задолженности перед бюджетами всех уровней и государственными внебюджетными фондами;
- не имеют просроченной задолженности по возврату в бюджет Московской области ранее выданных субсидий;
- не должны находиться в процессе реорганизации и ликвидации;
- не должны являться иностранными юридическими лицами;
- не должны получать средства из бюджета Московской области, являющиеся иными по отношению к затратам в связи с оказанием услуг по реализации туристского продукта иэкскурсионного обслуживания организованных групп несовершеннолетних туристов по туристским маршрутам Московской области [7].

Документами, подтверждающими фактически произведенные затраты, являются отчеты об обеспечении туристского потока в рамках реализации туристского продукта и экскурсионного обслуживания организованных групп несовершеннолетних туристов, а также информация об исполнении обязательств перед туристами по транспортному обслуживанию и размещению в гостиницах и иных средствах размещения, расположенных на территории области.

Планируемая численность участников пилотного проекта (учащихся 5–9-х классов) на 2021 год составляет 80 тыс. человек, или свыше 18% от общего количества учащихся 5–9-х классов в регионе (428,2 тыс. человек). Предварительный объем регионального финансирования составляет около

100 млн рублей. При этом в состав туристических маршрутов входят 19 предприятий, представляющих народно-художественные промыслы. Эти предприятия составляют более 60% промыслов всей страны.

В целях информационного обеспечения разработан брендбук, организовано участие в выставках «Ладья», «Медиана», «Путешествуй». Совместно с министерством образования Подмосковья предприятия, представляющие народно-художественные промыслы, включены в список рекомендованных для экскурсионного посещения школьными экскурсионными группами.

Аналогичное направление туристской деятельности разработано в Тюменской области, где получателями услуги являются победители и призеры областных конкурсов краеведческой и патриотической направленности (школьники 5–9-х классов). Для них разработаны детские маршруты: «Тобольск – историческая столица Сибири», «Шведский след в Сибири», «Семья и семейные ценности», «Черное золото в Сибири», «Романовы в Сибири», предлагаются открытые уроки и профориентационные программы. Туристский продукт предусматривает экскурсионную программу с посещением объектов показа, трансфер, питание и проживание в отеле [6].

Правительством Тюменской области принят Порядок формирования государственного социального заказа, где установлены правила его утверждения, финансового обеспечения, выбора способов определения исполнителей, а также форма и структура. Предусмотрены основные показатели, характеризующие объем оказания государственной услуги: объем оказания услуги, прогнозируемая динамика количества потребителей, уровень удовлетворенности существующим объемом услуги.

Апробация закона о социальном заказе в сфере туриндустрии осуществляется и в Калининградской области, где целевыми группами также являются учащиеся 5–9-х классов. Разработаны требования к туристскому продукту: стоимость тура – 7 тыс. рублей, двухразовое горячее питание, перемещение на автобусе туристского класса, обзорные экскур-

сии с гидом, размещение в гостинице на одну ночь. В период с 15 сентября по 15 мая услугой должны воспользоваться 6 тыс. человек. Финансовое обеспечение осуществляется на условиях софинансирования, исходя из расчета стоимости экскурсионного обслуживания на одного человека, где 5 тыс. рублей выделяется из федерального бюджета, 2 тыс. – из регионального. Общий объем бюджетных ассигнований должен составить 42 млн рублей.

Подводя итоги первых шагов реализации механизма социального заказа, необходимо отметить, что совершенствование форм и методов государственного финансирования индустрии туризма является насущной необходимостью современного развития отрасли. При этом требуется четкое определение задач и понимание желаемых результатов. Создание гибкой модели управления отраслью с учетом ограниченных возможностей бюджетов всех уровней, адаптация участников к изменяющимся условиям в процессе практического применения новых инструментов оказания государственных (муниципальных) услуг, выбор и разработка стратегии должны быть заключены в единую систему мероприятий, представленную в виде нескольких основных блоков [5].

Процедура реализации механизма социального заказа через определенные действующим законодательством способы (выдача социального сертификата, отбор путем проведения конкурса) должна обладать системой обратной связи, позволяющей производить доработку выбранных мер, их корректировку, а в необходимых случаях и замену. Это станет важным фактором, позволяющим адаптировать существующие модели под изменяющиеся условия.

Литература и источники

1. О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере: федер. закон от 13.07.2020 № 189-ФЗ.

2. О внесении изменений в статьи 3.1 и 3.3 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: федер. закон от 09.03.2021 № 45-ФЗ.

3. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ.

4. Бюджетный кодекс Российской Федерации.

5. Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы): распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 № 872-р (ред. от 11.07.2019).

6. Порядок формирования государственных социальных заказов на оказание государственных социальных заказов на оказание государственных услуг в социальной сфере: постановление правительства Тюменской области от 29.12.2020 № 871-п.

7. О проведении в 2021 году отбора получателей субсидий, имеющих право на получение субсидии на возмещение затрат туристским организациям в связи с оказанием услуг по реализации туристского продукта и (или) экскурсионного обслуживания организованных групп несовершеннолетних туристов по туристским маршрутам Московской области: распоряжение Комитета по туризму Московской области от 03.09.2021 № 31-130-Р.

8. Актуальные проблемы функционирования финансовой системы России: монография / под. ред. О.В. Макашиной). М.: Кнорус, 2021.

9. Путрик Ю.С., Ефимов Г.Н. Экскурсия как фактор сохранения и использования наследия: нормативно-правовой аспект // Вестник РМАТ. 2020. № 1.

10. Сайт Министерства финансов РФ. URL: http://www.minfin.ru/ru/

11. Сайт Комитета по туризму Московской области. URL: http://tourism.mosreg.ru/

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСОВ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

FEATURES OF THE FORMATION OF RESOURCES OF THE TOURIST INFRASTRUCTURE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

УДК 338.48

М.Н. Хабриева, *профессор кафедры, д-р экон. наук, профессор, khabrieva4741@mail.ru*
О.В. Торкунов, *доцент кафедры, канд. психол. наук, доцент, kfrmat@gmail.com*
А.Н. Губина, *студент 4-го курса, kfrmat@gmail.com*
К.И. Гафиятуллина, *студент 4-го курса, kfrmat@gmail.com*
Казанский филиал Российской международной академии туризма, г. Казань, Россия

M.N. Khabrieva, *Professor, Doctor of Economics, Professor, khabrieva4741@mail.ru*
O.V. Torkunov, *Associate Professor, PhD in Psychology, Associate Professor, kfrmat@gmail.com*
A.N. Gubina, *4th year Student, kfrmat@gmail.com*
K.I. Gafiyatullina, *4th year Student, kfrmat@gmail.com*
Russian International Academy of Tourism, Kazan Branch, Kazan, Russia

Ключевые слова: туризм; туристская деятельность; социально-экономическое развитие; ресурсы туристской инфраструктуры.

Keywords: tourism; region; tourist activity; socio-economic development; tourism infrastructure resources.

Рассматриваются проблемы формирования ресурсов туристской инфраструктуры Республики Татарстан (РТ). Раскрыты особенности, изложены преимущества и проведен анализ процессов формирования ресурсов турист-

© Хабриева М.Н., Торкунов О.В., Губина А.Н., Гафиятуллина К.И., 2021

ской инфраструктуры РТ. Сделан вывод о том, что ресурсы туристской инфраструктуры РТ являются источником социально-экономического развития региона.

The article is devoted to the consideration of the problems of forming the resources of the tourist infrastructure of the Republic of Tatarstan. The presented work reveals the features, outlines the advantages and analyzes the processes of forming the resources of the tourism infrastructure of the Republic of Tatarstan. It is concluded that the resources of the tourist infrastructure of the Republic of Tatarstan are a source of socio-economic development of the region.

Республика Татарстан – наследница великого Казанского ханства. Сегодня она манит туристов седыми башнями кремля, мечетями, церквями и богатейшим музейным наследием. Татарстан находится в Поволжье – центре европейской части России, где Волга сливается с Камой. Республика входит в десятку самых популярных регионов Российской Федерации среди туристов. Поволжье – это место, где встретились, перемешались и укоренились славянские и азиатские племена и народы. Этот удивительный сплав культур во всем его многообразии и есть главный объект притяжения туристов. Сюда едут, чтобы увидеть сохранившиеся «исторические города» и архитектурные памятники, познакомиться с самобытной культурой народов Поволжья. Местная кухня впитала в себя традиции кочевых и оседлых наций. Кулинарные фестивали – прекрасная возможность попробовать национальные блюда. Столица Республики Татарстан – Казань. Несмотря на преклонный возраст (1005 лет), Казань хорошеет с каждым днем. В этом городе вот уже несколько веков бок о бок мирно существуют народы разных культур и вероисповеданий. Религии в Казани – многогранный вопрос, взаимное уважение и толерантность корнями уходят вглубь веков. В X–XII веках Казань была форпостом северных границ древнего государства Волжской Булгарии, расположенного в Среднем Поволжье и бассейне реки Кама. К XV веку Казань стала столицей Крымского ханства, а позднее – деловым и культурным центром Золотой орды. Люди разных национальностей, культур

и вероисповеданий волею судеб пересекались и вносили свой вклад в становление города. Хорошо известен в городе Музей естественной истории Татарстана в Казанском кремле. Это современный музей с интерактивными выставками и обширной коллекцией экспонатов – от окаменелостей и динозавров до научных открытий современности.

Московское княжество на протяжении многих веков то заключало мирные договоры и политические союзы, то, наоборот, воевало с Казанью. Основным камнем преткновения были постоянные набеги на приграничные территории. Жителей захватывали в рабство и продавали на невольничьих рынках Османской империи. Точку в военном и политическом конфликте поставил Иван IV Грозный, взяв Казань в 1552 году после неоднократных военных походов. Времена были жестокие, как и нрав русского царя. Сопротивление Казани было длительным и упорным, поэтому Иван Грозный разрушил все мечети и запретил заново их строить. Местное население, лояльное к новой власти, переселили за пределы города в район озера Кабан, а в сам завоеванный город Иван Грозный приказал отправлять русский люд, часто целыми деревнями и поселениями. Сюда же отправлялись и неугодные царю представители дворянства и купечества. Специальным указом было велено пригнать мастеровых, каменщиков и ремесленников, которые быстрыми темпами возвели белокаменный Казанский кремль.

В настоящее время рядом с Благовещенским собором возведена самая крупная в Европе и главная мечеть Татарстана Кул-Шариф. В мечеть пускают всех независимо от вероисповедания. Кул-Шариф построена на месте одной из пяти мечетей, уничтоженных во время осады Казани. В период правления Петра I Казань продолжала развиваться, богатеть и стала важным административным и промышленным центром Казанской губернии. Петропавловский собор – самый высокий (52 м) храм Казанской епархии. Главная святыня храма – чудотворная Семиозерная икона Божией Матери, принесенная в храм из Устюга. Наследница великого императора-реформатора императрица Екатерина II отправилась в ознакомительный деловой тур по своим владениям на Волге. Ее приезд в Казань стал вехой не только для города, но и для всей Рос-

сии. Императрица пришла в такой восторг от волжского города, что немедленно изложила в письме своему другу Вольтеру «10 причин посетить город», распорядилась увеличить финансирование и, самое главное, официально сняла запрет на строительство мечетей и общественных сооружений мусульман. В 1770 году был подписан указ о «терпимости всех вероисповеданий». Духовная связь времен не прекращается и по сей день.

Путешественники со всего мира едут не только в Казань, чтобы полюбоваться современными храмовыми комплексами, но и в Булгарский историко-архитектурный комплекс, Раифский Богородицкий монастырь, Вселенский храм в поселке Старое Аракчино. Булгарский историко-архитектурный комплекс – памятник истории, культуры и религии древнего государства Волжской Булгарии. При активном участии Фонда сохранения и развития Булгара построена Белая Мечеть, которую часто сравнивают с Тадж-Махалом. Белая Мечеть не такая большая, как Кул-Шариф, но ее изящные, легкие, устремленные вверх линии восхищают не меньше. Раифский Богородицкий монастырь был основан в XVII веке в память о духовном подвиге мучеников-монахов, принявших смерть во имя веры. В глубине леса на берегу озера была построена обитель монахов. В советские годы монастырь был практически уничтожен, только в 1990 году благодаря инициативе архимандрита Всеволода (Захарова) началось восстановление храма. Также в Раифе находится точная копия чудотворной иконы Грузинской Божией Матери. Квинтэссенцией духовного единения и толерантности, современным символом симбиоза культур и цивилизаций стал Вселенский храм в поселке Старое Аракчино (Храм всех религий). Здесь присутствует огромное разнообразие православных храмов, и башенки китайских пагод, и мусульманские мечети, и элементы индуизма и даже политеизма южноамериканских майя. Казань – многонациональный город, в котором православие и ислам сосуществуют в гармонии и взаимном уважении.

Основываясь на количественных данных, можно отметить, что в Татарстане имеет место высокий уровень институциональной религиозности, подтверждением чего служит деятельность большого числа религиозных организаций. В ноя-

бре 2015 года было принято решение о воссоздании в столице Татарстана собора Казанской иконы Божией матери. Власти региона не один год обсуждают перспективу становления столицы Республики Татарстан в качестве центра паломнического туризма, магнитом для которого станет монастырский комплекс с сохранившейся в нем святыней. Одной из самых почитаемых святынь Русской православной церкви является чудотворная икона Казанской Божией Матери. Место пребывания иконы – Казанско-Богородицкий мужской монастырь. История обретения иконы и основания монастыря относится к началу 1579 года. Среди всех богородичных икон Казанский образ имеет наибольшее количество чудотворных почитаемых списков. Позднее чудотворная икона была похищена и, несмотря на самые тщательные поиски, обнаружить ее не удалось. Современный образ Казанской Божией Матери, написанный в XVIII веке, является одним из поздних списков с чудотворного образа, явленного в 1579 году в Казани.

Татарстан – один из наиболее развитых в экономическом отношении регионов России. Республика расположена в центре крупного индустриального района Российской Федерации, на пересечении важнейших магистралей, соединяющих восток и запад, север и юг страны. Республика Татарстан обладает богатыми природными ресурсами, мощной и диверсифицированной промышленностью, высоким интеллектуальным потенциалом и квалифицированной рабочей силой. Республика Татарстан по основным макроэкономическим показателям традиционно входит в число регионов – лидеров Российской Федерации. По итогам 2020 года, валовой региональный продукт (ВРП) республики составил 2 трлн 447 млрд рублей. Обрабатывающая промышленность имела умеренный рост (на 2%). Объем сельского хозяйства в 2020 году вырос на 4%. В 2020 году собран рекордный урожай зерновых за последние 12 лет [2].

В структуре экономики Республика Татарстан наибольший удельный вес занимает промышленность (48,0%, в том числе добыча полезных ископаемых – 29,1%, обрабатывающие производства – 16,2%, обеспечение электрической энергией, газом, паром; кондиционирование воздуха – 2,3%, водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов,

деятельность по ликвидации загрязнений – 0,4%), оптовая и розничная торговля – 11,6%, строительство – 8,0%, сельское хозяйство – 6,1% [6]

Республика Татарстан является активным участником внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, по объемам внешнеторгового оборота республика занимает шестое место среди субъектов Российской Федерации и первое место в Приволжском федеральном округе [5].

Мощная инвестиционная инфраструктура Республики Татарстан включает в себя площадки самого различного уровня и назначения. В течение 10 лет успешно развиваются особые экономические зоны, индустриальные парки, технопарки, бизнес-инкубаторы, промышленные площадки. На сегодняшний день в республике действуют 100 объектов инфраструктуры (80 промышленных площадок и 20 промышленных парков), на которых осуществляют деятельность более 1,4 тыс. резидентов, создано более 30 тыс. рабочих мест [5].

В Республике Татарстан продолжают успешно функционировать инвестиционные площадки, направленные на создание условий для ускоренного развития отдельных территорий и преференциальных условий ведения предпринимательской деятельности, возможность создания которых предусматривается федеральным законодательством, в том числе особые экономические зоны: крупнейшая ОЭЗ промышленно-производственного типа России ОЭЗ «Алабуга», ОЭЗ технико-внедренческого типа «Иннополис». Особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Алабуга» является ярким примером эффективной инвестиционной площадки республики. Продолжает активно развиваться особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Иннополис». 103 компании (89 резидентов и 14 партнеров) выбрали ОЭЗ «Иннополис» как место развития своих высокотехнологичных проектов, среди них такие крупные компании, как «Яндекс», «Сбербанк-Технологии», «Тинькофф Центр разработки», «Открытая мобильная платформа», «Новые облачные технологии», «РТК Софт Лабс», «АйСиЭл Техно», «АйТеко Новые технологии», «Ситроникс Телеком Солюшнс» («МТС») [1].

Международное и межрегиональное сотрудничество Республики Татарстан осуществляется в тесном взаимодействии с федеральными органами власти в рамках единой внешней политики Российской Федерации. Экономика Татарстана интегрирована в систему мировых хозяйственных связей. Около половины промышленной продукции республики идет на экспорт. Республика участвует в евразийских интеграционных процессах, развивает стратегическое партнерство со странами СНГ, БРИКС, ШОС [3].

Казань стала местом проведения крупных международных мероприятий. В Татарстане действует главная площадка экономического взаимодействия Российской Федерации и стран исламского мира – Международный экономический саммит России и стран ОИС KazanSummit [4].

В Татарстане накоплен богатейший опыт организации спортивных мероприятий международного уровня. В 2013 году в Казани состоялась Всемирная летняя Универсиада с участием 12 тыс. представителей из 160 стран мира. Благодаря студенческим играм в Татарстане была создана инфраструктура для развития профессионального спорта, организации соревнований самого высокого уровня по множеству видов спорта [8].

Развивающаяся индустрия гостеприимства Республики Татарстан способствует динамичному росту въездного туризма. Например, главный туристский объект города Казань – Казанский кремль – в 2020 году посетили 1 829 882 человека. Согласно статистике МВД, в 2020 году в Казань прибыло 117 018 иностранных граждан. В основном иностранные туристы приезжали из Китая, Казахстана, Египта, Турции, Украины и Белоруссии [7]. Качественный импульс развития индустрии туризма обусловлен этническими, социальными, культурными и человеческими факторами [9].

Таким образом, проведенное исследование особенностей формирования ресурсов туристской инфраструктуры Республики Татарстан позволил сделать следующие выводы:

• изложенные преимущества и проведенный анализ процессов формирования ресурсов туристской инфраструктуры РТ свидетельствуют о том, что в республике накоплен многогранный опыт развития индустрии туризма;

• совокупность всех ресурсов республики, вовлеченных в процессы общественного воспроизводства, способствует формированию и развитию туристского ресурса региона.

Литература и источники

1. Бердникова О.А., Иванов С.Е. Развитие туристской отрасли в Республике Татарстан. URL: https://research-journal.org/economical/razvitie-turistkoj-otrasli-v-respublike-tatarstan/ (дата обращения: 24.09.2021).

2. В Татарстане открывается KazanSummit 2021. URL: https://tass.ru/ekonomika/11999737 (дата обращения: 24.09.2021).

3. Внешние связи Республики Татарстан. URL: https://tatarstan.ru/about/vs.htm (дата обращения: 24.09.2021).

4. ВРП Татарстана в 2020 году. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4692490 (дата обращения: 24.09.2021).

5. О Республике Татарстан. URL: https://tatturk.tatarstan.ru/aboutrt (дата обращения: 24.09.2021).

6. Об итогах деятельности министерства экономики Республики Татарстан за 2020 год и задачах на 2021 год. URL: https://mert.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_2685467.pdf (дата обращения: 24.09.2021).

7. Об итогах развития туризма в Казани за 2020 год и о планах на 2021 год. URL: https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/doklady-s-dp/ob-itogakh-razvitiya-turizma-v-kazani-za-2020-god-i-o-planakh-na-2021-god/ (дата обращения: 24.09.2021).

8. Стратегия социально-экономического развития Республики Татарстан до 2025 года. URL: https://mert.tatarstan.ru/strategiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya.htm (дата обращения: 24.09.2021).

9. Хабриева М.Н., Торкунов О.В., Биряльцева А.Р. и др. Современные практико-ориентированные модели организации обучения в сфере управления туризмом и гостиничным бизнесом // Современные проблемы науки и образования. 2019. № 5. С. 65.

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА

BRANDING A TERRITORY IN THE CONTEXT OF DEVELOPING THE REGION'S HUMAN CAPITAL

УДК. 331.5.024 + 332.021

Н.В. Яковенко, *директор НИИ ИТЛК Воронежского государственного лесотехнического университета им. Г.Ф. Морозова, д-р геогр. наук, профессор, n.v.yakovenko71@gmail.com*
И.В. Комов, *Воронежский государственный университет, канд. геогр. наук*
О.В. Диденко, *Воронежский государственный университет, канд. геогр. наук, доцент*
г. Воронеж. Россия

N.V. Yakovenko, *Chief research officer of the division's Directorate of the Research Institute of Innovative Technologies and the Forestry Complex of the Voronezh State University Forestry and Technologies named after G.F. Morozov, Doctor of Geography, Professor, n.v.yakovenko71@gmail.com*
I.V. Komov, *Voronezh State University, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor*
O.V. Didenko, *Voronezh State University, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor*
Voronezh, Russia

Ключевые слова: человеческий капитал, туристская индустрия, брендинг, территория

Keywords: human capital, tourism industry, branding, territory

Практика брендинга активно участвует в общественной жизни любого государства и региона. Все чаще города и регионы пользуются услугами консультантов по связям с общественностью и брендингу для укрепления своих

© Яковенко Н.В., Комов И.В., Диденко О.В., 2021

связей с заинтересованными сторонами с целью достижения экономических и политических выгод. Обосновано, что на сегодня территориальный брендинг чаще всего является предметом полидисциплинарного изучения, при этом он является прежде всего социальным, а затем уже экономическим проектом, элементы которого имеют функциональность и духовно-ментальное измерение. Раскрыты особенности формирования и показаны факторы, которые оказывают влияние на развитие брендинга территории. Дан анализ формирования территориального брендинга как самостоятельного маркетингового направления. Даны научные трактовки категории «территориальный брендинг». Подчеркивается тезис о том, что брендинг является эффективным инструментом привлечения внимания к территории. Раскрыта роль человеческого капитала и его вклад в развитие брендинга территории. В настоящее время происходит смена парадигмы развития территорий. Он становится предметом концентрации социально-экономических отношений, товаров, нематериальных активов. Акцент в развитии смещается в сторону культуры, развлечений, впечатлений.

The practice of 'branding' is an active participant in the public life of any state and region. Increasingly, cities and regions are using the services of public relations and branding consultants to strengthen their ties with so-called stakeholders in order to achieve economic and political benefits. It is substantiated that today territorial branding is most often the subject of polydisciplinary study, and it is primarily a social and then an economic project, the elements of which have functional and spiritual-mental dimensions. The article reveals the peculiarities of formation and shows the factors that influence the development of territory branding. The article analyzes the formation of territorial branding as an independent marketing direction. The scientific interpretation of the category "territorial branding" is presented. The thesis that branding is an effective tool to draw attention to a territory is highlighted. The role of human capital and its contribution to the development of territory

branding is disclosed. Currently, there is a paradigm shift in the development of territories. It becomes the subject of concentration of socio-economic relations, goods, intangible assets. The emphasis in development is shifting towards culture, entertainment, impressions.

Проблемы конкуренции территорий за ресурсы, рынки сбыта, места для отдыха и посещения, места работы и постоянного проживания, инвестиции все чаще решаются посредством внедрения стратегий по формированию и реализации брендов территории. Органы территориального управления (местное самоуправление, муниципалитет) ставят цель добиться положительных результатов в конкурентной борьбе между территориями, а также добиться желаемого уровня социально-экономического развития, разрабатывают программы развития территории, в основе которых лежит «бренд». Соответственно, в зависимости от типа и масштабов территории (страна, регион, город), особенностей и потенциала развития, поставленных целей, задач и масштабов стратегии повышения конкурентоспособности органами территориального управления подбираются наиболее уместные и эффективные инструменты формирования и реализации бренда. В то же время процесс внедрения стратегии бренда – брендинг – является достаточно долговременным и капиталоемким, он предусматривает значительные усилия со стороны причастных к территории субъектов, затраты на разработку и реализацию программ, связанных с брендингом, постоянную поддержку и усовершенствование. Именно поэтому вопрос целесообразности применения инструментов брендинга в рамках управления конкретной территорией является весьма актуальным. Соответственно, принятию решения о разработке и внедрении стратегии бренда предшествует анализ целесообразности его внедрения и определения эффективности, которая будет достигнута в результате. По нашему мнению, определение степени эффективности брендинга территории является основой для разработки долгосрочных программ развития территории, предварительной оценки их полезности для территории, поскольку это формирует цели будущего брендинга

определенной территории и, самое главное, создает концепцию ценности бренда для его владельцев.

Концепт брендинга не является новым для научного пространства, ему посвящено значительное количество работ. Необходимо отметить, что активное развитие он получил среди зарубежных ученых. Самыми известными специалистами в этой области являются Д. Аакер [1], работы которого посвящены определению стоимости силы бренда и формированию его стоимости, П. Фелдвик [9], который исследует бренд в его потенциальной капиталоемкости, С. Кумберг [4], изучающий теоретические и концептуальные основы современного брендинга.

Экономическое развитие территориальных образований Российской Федерации как субъектов, наделенных частичной экономической и операционной самостоятельностью, во многом зависит от степени их конкурентоспособности по отношению к другим территориям. Устойчивое территориальное развитие в конкурентной среде напрямую зависит от раскрытия территориального потенциала, что, в свою очередь, тесно связано с проблемой привлечения ресурсов и инвестиций. В условиях развитого информационного общества конкурентоспособность территориальных образований во многом определяется степенью и активностью их представительства в интернет-пространстве. Поскольку качество территории определяется рядом преимуществ перед другими территориями, которые стремятся к таким же инвестициям, одним из ключевых механизмов создания таких преимуществ является эффективное представительство территориального образования в интернет-пространстве [6].

В настоящее время подавляющее большинство экономических агентов взаимодействуют с использованием интернет-технологий и веб-платформ. Практически все цепочки бизнес-процессов переносятся в глобальное экономическое и информационное пространство и реализуются в рамках корпоративных информационных систем, виртуальных корпоративных кластеров и других инструментов глобальной информационной инфраструктуры. Таким образом, можно говорить о существовании устойчивой сети экономических и социально-экономических субъектных отношений в глобальном ин-

формационном пространстве. Экономические агенты и социально активные субъекты, проживающие и осуществляющие свою деятельность в рамках территориального образования, образуют сеть, которую можно выделить в отдельный сегмент вышеупомянутой стабильной сети, а саму сеть можно определить как виртуальное пространство их взаимодействия.

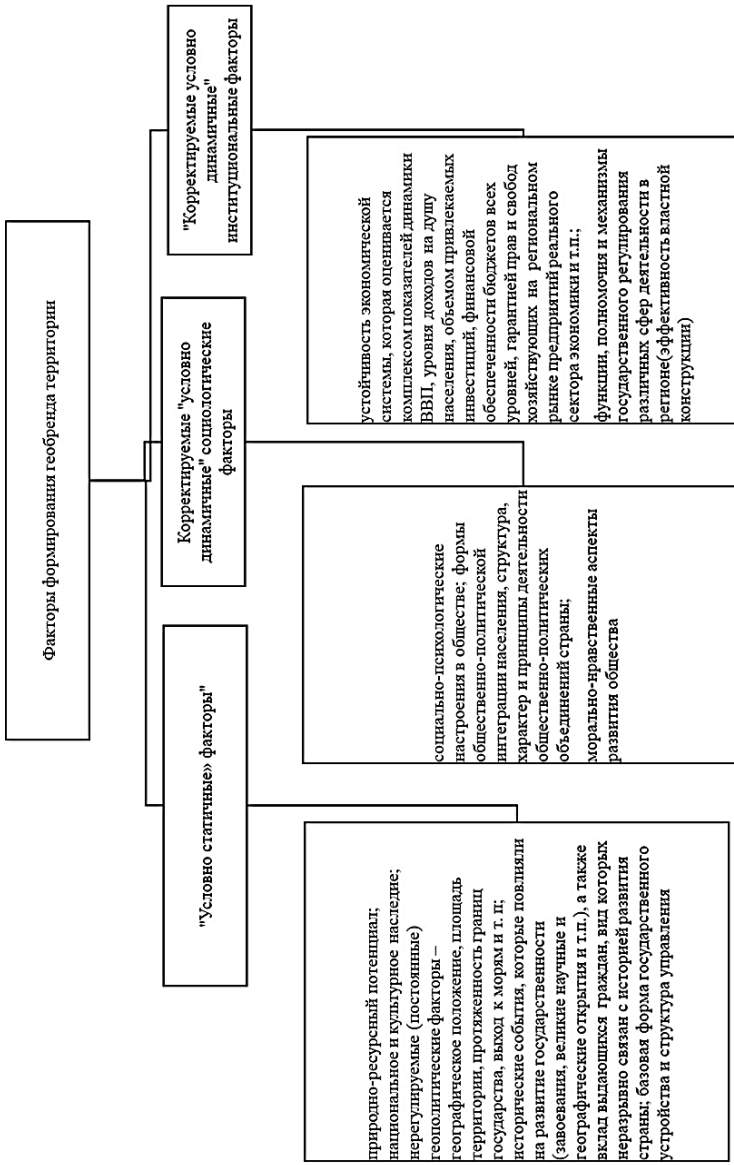
Быстро растущий практический опыт регионов в самостоятельном развитии бренда территории позволил разработать и обобщить концепции регионального бренда с учетом интересов территории на основе применяемых конкурентных преимуществ, стратегий развития и текущих рыночных условий относительно других важных факторов, определяющих конкретный регион. Обобщенные концепции бренда территории представлены идеологическими платформами и несут в себе следующие характеристики: территория в конкурентной среде (основой для определения концепции развития бренда территории является анализ деловой активности конкурирующих территорий, оценка собственного положения по отношению к конкурентам и выявленные преимущества); территория для продажи (концепция бренда формируется с целью дальнейшего использования территории привлеченными «игроками» и возможной продажи, которые формируют инфраструктуру рынка); брендинг является средством решения региональных проблем (концепция бренда направлена на консолидацию сообществ в регионе, что позволяет объединить усилия власти, бизнеса и общественности в решении региональных проблем); брендинг «для собственного использования» (концепция бренда позволяет вовлекать население территории в решение и реализацию региональных проектов) [3].

Как показывает опыт развития брендинга в развитых странах мира, основу его составляет маркетинговый подход на территориальном и городском уровнях, в основе которого лежат собственные имиджевые концепции, эффективные и уникальные конкурентные преимущества территорий и разработка стимулирующих программ для инвесторов, целевая сегментация бренд-аудитории и т.п. Подчеркнута внутренняя значимость положительного образа страны, поскольку ее правильное позиционирование повышает патриотичность населения страны, его социальную и политическую консоли-

дацию. Ряд стран и территорий (Австралия, Великобритания, Эстония, Польша, Южно-Африканская Республика, Сингапур, Швейцария) создали собственные бренды, реализующие скоординированные правительством активные маркетинговые стратегии с учетом социально-экономической и политической обстановки в стране, культурно-исторических и географических особенностей, настроения и восприятия населением уникальных особенностей страны. Как показывает практика, такой подход способствует формированию целостного позитивного имиджа страны.

Бренд территории формируется под влиянием следующих факторов, составляющих три группы (см. рис.).

Концепции формирования бренда территории (региона) основаны на типах брендов: «историко-культурный (ориентирован на памятные даты, национальные особенности), туристический (ориентирован на возможности отдыха, климатические и географические особенности, развлечения), духовный (религиозный) (религиозные святыни, памятники), событийный бренд (ориентирован на образовательную деятельность в средствах массовой информации значимых событий), научный/образовательный (ориентирован на развитие инфраструктуры от начального до послевузовского образования), индустриальный (ориентирован на признание крупных производителей), развлекательный (уникальность развлекательных комплексов: аттракционы, специализированные клубы, казино (реальные, виртуальные), игровые платформы), бренд уникального имиджа (эксклюзивность, оригинальность или парадоксальность туристической достопримечательности), спортивный (ориентация на популяризацию спортивных мероприятий, соревнований, проводимых на регулярной основе для определенной территории), экобренд (ориентация на развитие экологической составляющей территории, производство промышленных и пищевых экологических товаров, акцент на образе жизни, дополняющем природу), бренд героя (акцент на местах воинской славы в массовом сознании), бренд бедствия (ориентирован на места территории, где имела место чрезвычайная ситуация), бренд призрака (ориентирован на существование существующей легенды (мифа) данной территории» [3].



Факторы формирования геобренда территории

В целом анализ международных рейтингов на примерах брендов Великобритании, Сингапура, Швейцарии продемонстрировал, что залогом создания успешного национального бренда становится системный анализ внутренних и внешних условий, детальное исследование уникальных особенностей страны и стратегическое определение экономических, политических, географических, социокультурных и иных условий, характерных для определенной страны. Такой подход позволяет оценить реальную ситуацию конкретной страны и построить правильную и адекватную бренд-маркетинговую стратегию. Кроме того, важно принимать во внимание уровни осознания национальной бренд-идентичности – социально-экономический, деловой, финансовый, бытовой, культурный и т.д.

Все регионы Российской Федерации осознали преимущества территориального брендирования, справедливо определяя целями этого процесса привлечение инвестиций, трудовых ресурсов, развитие индустрии туризма, усиление привлекательности и повышение спроса на производимые товары и услуги. Все это предполагает появление нового подхода к объектам культурного и природного наследия как ресурсам туристской индустрии, способствующим складыванию позитивных основ межэтнических взаимодействий [8; 9].

В государственных документах и научных исследованиях утвердилось понятие «региональные бренды» как «бренды российских городов и регионов, выступающие инструментом маркетинга территорий с целью привлечения инвестиций и кадровых ресурсов, а также бренды товаров и услуг, локализованных в географической области (“вологодское масло”, “курорты Краснодарского края”, туристический бренд “Золотое кольцо”)» [2].

Если исходить из того, что любой бренд «как категория творческой деятельности человека входит в сферу культуры..., то, в принципе... всякий бренд культурен» [5].

Брендинг выступает довольно мощным рычагом в социальной и экономической политике развития территории, ее социального и человеческого капитала, а также туристической индустрии. Развитие брендинга территории дает возможность развиваться и человеческому капиталу, который является основным источником развития региона.

Человеческий капитал как экономическая категория имеет определенные свойства, раскрытие которых дает возможность более основательно проанализировать его влияние на инновационное развитие, а именно:

1) человеческий капитал выступает одним из главных факторов экономического роста, без которого инновации невозможны, именно поэтому в современном мире человеческий капитал является более ценным ресурсом, чем природный капитал;

2) человеческий капитал имеет тенденцию накопления, ведь его составляющими являются знания, опыт, навыки, выступающие в виде определенного запаса, который постоянно увеличивается;

3) формирование человеческого каптала требует как от человека, так и от общества в целом значительных затрат (финансовых, временных, социальной поддержки, психологических усилий и т.п.), рациональность которых прямо пропорционально сказывается на устойчивом развитии и инновационном росте;

4) инвестиции в человеческий капитал являются наиболее выгодными по сравнению с другими объектами, поскольку экономический и социальный эффект от таких вложений является долговременным и имеет интегральный характер;

5) человеческий капитал (независимо от источников его формирования: государственных, частных, семейных) может использовать и контролировать только человек, который выступает его носителем.

Улучшение качества человеческого капитала является базой для устойчивого развития территории. Учитывая такое важное значение человеческого капитала в сегодняшних условиях, необходимо уделять должное внимание его формированию, ведущую роль в таком процессе должно выполнять государство

Таким образом, процессы глобализации, транснационализации, информатизации, обострение конкуренции обусловили поиск новых подходов к формированию туристско-рекреационной системы, успешность и эффективность функционирования которой на современном этапе развития рыночных отношений зависит от наличия этого объекта в информаци-

онном пространстве, так как наблюдается постоянное возрастание роли средств массовой коммуникации и информации, а также увеличение роли нематериальных активов.

В широком понимании брендинг представляет собой комплексный процесс разработки и реализации стратегических и тактических инициатив различных стейкхолдеров в системе мультиканальных внутренних и внешних коммуникаций, распространяющийся географически, исторически и культурно.

В узком смысле он может быть интерпретирован как процесс планирования и внедрение маркетинговой и дипломатической деятельности по стратегическому продвижению страны в глобальной экономической системе, как формирование и использование конкурентных преимуществ на глобальном рынке с целью создания имиджа и управление репутацией, чтобы как можно полнее реализовать интересы государства.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-29-07400-мк.

Литература и источники

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. М.: ИД Гребенникова, 2003. 440 с.

2. Горлова И.И., Бычкова О.И., Костина Н.А. Разработка и реализация инвестиционных региональных этнокультурных проектов на базе объектов историко-культурного наследия // Наследие веков. 2015. № 4. С. 17–23.

3. Кумберг С. Брендинг / пер. с англ. М.: Вильямс, 2003. 174 с

4. Старцева А.С. Феномен «культурного бренда» в процессе создания имиджа российских регионов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 4. С. 195–200.

5. Этнокультурное брендирование территории в контексте стратегии регионального развития: научно-методические подходы и практики / И.И. Горлова и др.; отв. ред. Т.В. Коваленко. М.: Ин-т Наследия, 2020. 114 с.

6. Яковенко Н.В. «Качество жизни населения» как научная категория демографии // Экология урбанизированных территорий. 2007. № 1. С. 41–46.

7. Яковенко Н.В. Народные художественные промыслы как особый бренд культурного туризма депрессивного региона (на примере Ивановской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9. № 4. С. 62–71.

8. Яковенко Н.В., Сафонова И.В. Сущность и содержание человеческого капитала и его роль в социально-экономическом развитии региона // Проблемы региональной экологии. 2020. № 5. С. 129–133.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

REGULATORY AND LEGAL SUPPORT OF STATE SUPPORT OF DOMESTIC TOURISM IN MODERN CONDITIONS AND ITS DEVELOPMENT TRENDS

УДК 34

Е.А. Яковлева, *старший преподаватель Казанского филиала Российской международной академии туризма, EA0806@mail.ru г. Казань, Россия*

E.A. Yakovleva, *Senior Lecturer, Kazan Branch of Russian International Academy of Tourism, EA0806@mail.ru Kazan, Russia*

Ключевые слова: внутренний туризм; пандемия; коронавирус; законодательство о туризме; государственная поддержка субъектов туристской отрасли.

© Гаджиева Е.А., 2021

Keywords: domestic tourism; pandemic; coronavirus; legislation on tourism; government support for the tourism industry.

Рассмотрены меры государственной поддержки, способствующие развитию внутреннего туризма и направленные на повышение доступности туристских услуг.

The article considers the measures of state support that promote the development of domestic tourism and aimed at increasing the availability of tourist services.

Внутренние туристские поездки в Российской Федерации за последние годы приобретает все большую актуальность. Конечно, по большей части это обусловлено тем, что границы многих стран мира закрыты из-за пандемии новой коронавирусной инфекции. Тем самым, вольно или нет, создается необходимость переориентировать туристский поток в России с международного выездного на внутренний.

Согласимся с тем, что пандемия новой коронавирусной инфекции оказала крайне негативное влияние на развитие туристской отрасли в Российской Федерации (как и в мире в целом). По статистике, представленной Советом Федерации Федерального собрания Российской Федерации, число международных туристских прибытий сократилось по всему миру на 95,2%, в России – на 99%. Потери, обусловленные снижением въездного потока в Российской Федерации, оцениваются в 300 млрд рублей ежеквартально [1].

Как отмечают Н.А. Никиташина и В.А. Урмацких, по прогнозам различных специалистов в области туризма, маркетинга, рынка недвижимости и т.д., на смену массовому туризму, по крайней мере в ближайшем будущем, придет внутренний активный туризм (спортивный, сельский, экологический) [2]. Соответственно, можно предположить, что законодательство о туризме также будет развиваться в указанных областях. Закрытие границ помогает активному развитию внутреннего туризма. Появляются новые маршруты, авторские туры, возрастает роль инициативы жителей в разработке туристского продукта. Развивается экологический и сельский туризм.

Отметим, туризм, бесспорно, стимулирующе действует на смежные секторы экономики, создает новые рабочие места,

привлекает инвесторов, пополняет казну за счет налогов, содействует сохранению самобытности, национальных, культурных, исторических и других особенностей России.

Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации в постановлении «О развитии внутреннего туризма в Российской Федерации» от 2 декабря 2020 года отмечает, что «в Российской Федерации отрасль туризма стимулирует рост более 50 других отраслей экономики, создает напрямую минимум 2,5 млн рабочих мест, а с учетом смежных отраслей – около 7 млн рабочих мест. В сложившейся ситуации под угрозу ликвидации поставлены миллионы рабочих мест и отдельные предприятия. Объем услуг туристических агентств, туроператоров, услуг по бронированию и сопутствующих им услуг снизился на 93,4%, услуг гостиниц и услуг по предоставлению временного жилья – на 83,7%. Пассажирооборот железнодорожного транспорта снизился на 71,4%, воздушного – на 88,9%» [1].

Притом, по оценке Всемирной туристской организации (UNWTO), Россия занимает пятое место в мире по природному и культурному туристическому потенциалу [3].

Но это не значит, что туристическая отрасль России не нуждается в государственной поддержке. В апреле 2020 года Правительство Российской Федерации утвердило Перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции [4]. В этот Перечень включена и деятельность туристских агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма, а также смежных с ним секторах, таких как гостиничный бизнес, общественное питание, деятельность санаторно-курортных организаций, транспортная деятельность, деятельность в сфере культуры, организации досуга и развлечений. Соответственно, подразумевается наличие законодательного подкрепления описанных выше фактов переориентации выездного туризма на внутренний вследствие пандемии новой коронавирусной инфекции.

Также перечислим некоторые из мер, которые были предприняты государством за период пандемии новой коронавирусной инфекции в отношении субъектов туристской отрасли [1]:

• субсидии туроператорам на возмещение затрат, связанных с авиаперевозками;

• субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства и социально ориентированным организациям на проведение мероприятий по профилактике новой коронавирусной инфекции;

• беспроцентные кредиты юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на выплату заработной платы, возобновление деятельности;

• мораторий на применение налоговых санкций;

• продление лицензий и разрешений и др.

Таким образом, не можем не согласиться с тем, что принимаемые в Российской Федерации меры государственной поддержки субъектов туристской отрасли способствовали росту внутреннего туризма, повысив для граждан привлекательность путешествий по стране [1], что также является основой для закрепления законодательных норм, которые «точечно» регулировали бы отношения, складывающиеся в сфере туризма и смежных с ней отраслях экономики.

Возвращаясь к теме нашего исследования, обозначим, что основополагающими актами, регулирующими вопросы внутреннего туризма в Российской Федерации, можно назвать Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [5] и Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [6].

Как и указано в общих положениях документа, Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (далее – Стратегия) направлена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, усиления социальной роли туризма и обеспечения доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления для граждан Российской Федерации.

Еще одной мерой государственной поддержки, способствующей развитию именно внутреннего туризма, является программа стимулирования внутренних туристских поездок путем возмещения части стоимости оплаченной туристской

услуги, так называемый «туристский кешбэк». На ее реализацию Федеральному агентству по туризму была выделена субсидия в размере 15 млрд рублей. Соответствующий проект был подготовлен Ростуризмом в июле 2020 года [7].

Таким образом, Правительство РФ утвердило Правила предоставления в 2020 и 2021 годах из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных карт» на стимулирование доступных внутренних туристских поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги [8]. Третий этап данной программы успешно завершен в сентябре 2021 года.

В завершение хотелось бы отметить солидарность с мнением Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации, который отмечает необходимость разработки мер (помимо уже принимаемых), направленных на повышение доступности услуг в сфере туризма (в том числе для социально незащищенных групп населения – детей школьного возраста, многодетных семей, студентов, пенсионеров, инвалидов), включая субсидирование затрат в целях снижения стоимости туристского продукта [1]. Несомненно, рассматриваемые потенциальные меры могут внести существенный вклад в развитие внутреннего туризма в Российской Федерации.

Мы, в свою очередь, добавим, что одной из ключевых задач на ближайшую перспективу видим в развитии внутреннего туризма в соответствии с поручением президента РФ [9], а именно осуществление мер поддержки популярных среди туристов этнокультурных объектов, в том числе на территориях деревень и малых городов, при формировании в субъектах Российской Федерации туристских маршрутов, отражающих этнокультурные особенности народов Российской Федерации, а также продление программы поддержки региональных туристских направлений.

Литература и источники

1. О развитии внутреннего туризма в Российской Федерации: постановление Совета Федерации Федерального собрания РФ от 02.12.2020 № 546-СФ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2020. № 49. Ст. 7886.

2. Никиташина Н.А., Урмацких В.А. Специфика правового регулирования туризма в период пандемии // Туризм: право и экономика. 2021. № 1. С. 3–7.

3. Агентство стратегических инициатив. Поддержка проектов развития внутреннего туризма. URL: https://asi.ru/leaders/initiatives/tourism/

4. Перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции (утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 03.04.2020 № 434 (с изм. на 16.10.2020) // Доступ из СПС «Гарант».

5. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред. от 02.07.2021 № 343-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 49. Ст. 5491.

6. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года вместе со Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 23.11.2020) // Доступ из СПС «Гарант».

7. Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных карт» на стимулирование доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги: проект постановления Правительства РФ (подготовлен Ростуризмом 23.07.2020) // // Доступ из СПС «Гарант».

8. Об утверждении Правил предоставления в 2020 и 2021 годах из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных карт» на стимулирование доступных внутренних туристских поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги: постановление Правительства РФ от 10.08.2020 № 1200 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2020. № 33. Ст. 5399.

9. Президент России. Перечень поручений по итогам заседания Совета по межнациональным отношениям/ URL: http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/65624#assignment-1

СЕКЦИЯ 5

Формирование региональных бизнес-моделей устойчивого развития туризма в современных условиях

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

FORMATION OF REGIONAL MODELS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND THE CREATIVE ECONOMY IN RUSSIA

УДК 338.26 + 332.05 + 332.14

Е.В. Егоров, *профессор кафедры философии и методологии экономики Экономического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, д-р экон. наук, профессор, innovationeconomics@yandex.ru г. Москва, Россия*

E.V. Egorov, *Professor of the Department of Philosophy and Methodology of Economics, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Doctor of Economic Sciences, Professor, innovationeconomics@yandex.ru Moscow, Russia*

Ключевые слова: стратегия; культурно-познавательный туризм; креативная экономика; национальные проекты; креативные кластеры; синергия.

© Егоров Е.В., 2021

Keywords: strategy; cultural and educational tourism; creative economy; national projects; creative clusters; synergy.

Рассматриваются различные аспекты взаимодействия развития туризма и креативной экономики в современной России: в рамках Стратегии развития туризма до 2035 года и приоритетных видов туризма, связанных с развитием креативных индустрий, в рамках нового Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и обновления Национального проекта «Культура», требующего включения креативных индустрий. Особое внимание уделено формированию региональных моделей развития туризма на основе создания креативных кластеров на месте неиспользуемых промышленных территорий и объектов недвижимости. В 2021 году Агентство стратегических инициатив совместно с ДОМ.РФ. реализуют программу Rurban Creative Lab по созданию данных креативных кластеров в 10 пилотных регионах России, отобранных на конкурсной основе. Сделан вывод, что развитие креативных кластеров городов и сельских поселений активно способствует росту туристской привлекательности регионов РФ, а разработка комплексных программ их развития ведет к усилению синергии.

The article examines various aspects of the interaction between the development of tourism and the creative economy in modern Russia: within the framework of the Tourism Development Strategy until 2035 and priority types of tourism related to the development of creative industries, within the framework of the new national project "Tourism and the hospitality industry" and the renewal of the national project "Culture", which requires the inclusion of creative industries. Special attention is paid to the formation of regional models of tourism development based on the transformation of industrial territories and real estate objects that are not involved in economic turnover into creative clusters. In 2021. Agency for Strategic Initiatives together with DOM. RF. They are implementing the Rurban Creative Lab program to create these creative clusters in 10 pilot regions of Russia, selected

on a competitive basis. In conclusion, the article concludes that the development of creative clusters, cities and rural settlements actively contributes to the growth of the tourist attractiveness of the regions of the Russian Federation, and the development of comprehensive programs for their development leads to increased synergy.

В Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года (ред. от 23 ноября 2020 года) сказано о сохранении значительного потенциала повышения роли туризма в социально-экономическом развитии регионов страны.

Реализация потенциала развития туризма во многом будет зависеть от качества инфраструктуры, которая требует систематического обновления. При этом отрицательное влияние на социально-экономическую эффективность ее использования оказывает сезонность туристского спроса. Одновременно «наблюдается дефицит туристской инфраструктуры, отвечающей потребительским ожиданиям туристов, ориентированных на международный уровень сервиса».

Важнейшей целью Стратегии является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в России «путем создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта», конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках. «Социальная роль туризма реализуется через удовлетворение потребности населения в отдыхе, впечатлениях и личностном развитии – интеллектуальном, духовном, творческом», что отражает его креативный потенциал. В Стратегии «определены отдельные виды туризма, для развития которых требуется формирование специальных мер государственной поддержки, снятие административных и социально-экономических ограничений развития». К ним в том числе относятся детский, культурно-познавательный, круизный и деловой туризм [2, с. 6–9].

При этом в Стратегии сказано о развитии музеев и парков, о «поддержке мастеров народных художественных промыслов, формирующих привлекательность туристских территорий», о компенсации затрат, понесенных при реставрации объектов культурного наследия, о проведении конференций, форумов, выставок [2, с. 10–14].

Данные организации и мероприятия относятся к понятию «креативная экономика», отражающему развитие относительно нового сектора современной инновационной экономики. В его основе – развитие творческой деятельности в сфере культуры и искусства и коммерциализация ее результатов в различных видах экономической деятельности. Креативная экономика впервые стала развиваться в Великобритании в конце XX века, затем в других развитых странах Северной Америки, Европы и Австралии. В начале XXI столетия ее развитие поддержали специализированные организации ООН – ЮНЕСКО и ЮНИДО – как важный фактор устойчивого развития различных стран в условиях мировых финансово-экономических кризисов.

Предметом дискуссии является классификация креативных индустрий. Например, ЮНКТАД делит их на четыре группы с подгруппами:

1. Культурное наследие – историческая основа всех креативных индустрий:

1) традиционные виды культурной деятельности: ремесла, фестивали и праздники;

2) культурные достопримечательности и места: археологические памятники, музеи, библиотеки, выставки.

2. Искусство:

1) изобразительное искусство: живопись, скульптура, фотография и антиквариат;

2) исполнительское искусство: музыка, театр, танцы, опера, цирк и др.

3. Традиционные СМИ:

1) издательства и печатные СМИ (книги, пресса и информация);

2) аудиовизуальное искусство (радио, кино, телевидение).

4. Функциональная группа:

1) дизайн (интерьер, графика, мода, ювелирные изделия, игрушки);

2) новые СМИ (электронные медиа, интернет-реклама);

3) креативные услуги (архитектурные, рекламные, культурные и рекреационные, НИОКР, цифровые творческие услуги) [3, p. 21–24].

При этом отсутствует единство взглядов ученых и специалистов на включение НИОКР и спорта в состав креативных индустрий.

До пандемии COVID-19 в креативной экономике производилось 3% мирового ВВП и был занят 1% экономически активного населения, в РФ ее доля в производстве ВВП составляла 0,5%, в общей занятости – около 4% [4, с. 180–181].

В условиях экономического спада, вызванного эпидемией коронавируса и ее социально-экономическими последствиями, масштабы международного и внутреннего туризма, а также креативного сектора мировой экономики также сократились. По данным ВТО ООН, число международных туристических прибытий в 2020 году сократилось на 1 млрд, или на 74%, прошедший год «стал худшим для туризма за всю историю наблюдений» [8]. В России благодаря антикризисным мерам Правительства РФ и Ростуризма масштабы спада в индустрии туризма в 2020 году были ниже общемировых показателей.

При этом перспективы восстановления и развития внутреннего и въездного туризма в РФ делают оптимистичными не только массовая вакцинация населения страны от коронавируса, темпы которой целесообразно повысить, и уровень вакцинации населения ряда зарубежных стран (КНР, Израиль, Германия и др.), но и разработка и презентация в апреле 2021 года нового Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Три его федеральных проекта направлены на модернизацию и развитие современной инфраструктуры туризма, повышение привлекательности и доступности для российских граждан объектов внутреннего туризма, облегчение въезда в РФ иностранных граждан, повышение роли туризма как «локомотива» развития экономики регионов и роста занятости их населения [5].

Развитие креативного сектора экономики РФ тесно связано с реализацией в регионах и городах страны национальных проектов «Туризм и индустрия гостеприимства», «Культура», «Жилье и городская среда» и др. При обновлении Национального проекта «Культура» в условиях пандемии его пролонгировали до 2030 года, внесли национальные цели развития, в реализацию которых он вносит существенный вклад. Одна-

ко ни в одном из трех его федеральных проектов пока ничего не сказано о развитии креативных индустрий, об их роли в устойчивом развитии экономики страны и ее регионов [9].

При этом в Перечне поручений Президента РФ по итогам проведения в декабре 2020 года форума Агентства стратегических инициатив (АСИ) сказано: «Разработать механизмы преобразования в креативные кластеры промышленных территорий и объектов недвижимости, не участвующих в хозяйственном обороте, и представить предложения по реализации соответствующих пилотных проектов» [6]. Оно адресовано Правительству РФ совместно с АСИ и властями регионов РФ сроком до 1 сентября 2021 года.

По данным издания «Ведомости» от 6 апреля 2021 года, сегодня «крупные креативные кластеры работают в 28 городах России… Свыше половины (59%) таких пространств сосредоточено в Москве… В Санкт-Петербурге расположено 17% от всех креативных кластеров страны…» [7].

В рамках выполнения поручения Президента РФ в 2021 году АСИ в партнерстве с ДОМ.РФ реализует Программу Rurban Creative Lab по формированию креативных кластеров на месте промзон и заброшенных зданий – на участие в ней поступило 3339 заявок из 81 российского региона. Федеральная комиссия выбрала 10 пилотных регионов (Ульяновская, Иркутская, Новгородская, Тюменская, Свердловская, Самарская, Новосибирская и Рязанская области, Удмурдская республика и Ханты-Мансийский автономный округ). До конца 2021 года в каждом из них будут запущены по три креативных кластера разных типов на отдельных территориях [7].

«Будущие общественные пространства должны стать знаковыми для горожан и туристов. Это положительно отразится на качестве среды проживания в конкретных населенных пунктах, ускорит развитие местной экономики, позволит сохранить в регионах перспективные кадры», – отметил генеральный директор ДОМ.РФ В. Мутко [7].

Таким образом развитие креативной экономики в регионах РФ, креативных кластеров в крупных и средних городах, превращение малых исторических городов и сельских поселений с творческим потенциалом в креативные города и села активно способствует развитию не только культурно-познаватель-

ного, но и большинства видов туризма, имеющих культурно-рекреационную составляющую. Повышение уровня креативности ускоряет рост туристской привлекательности городских и сельских поселений, регионов страны. Важным фактором усиления синергии в развитии туризма и креативной экономики в регионах РФ является разработка государственных программ их комплексного развития по примеру Республики Саха (Якутия) [1].

Литература и источники

1. Государственная программа «Развитие креативной экономики и туризма в Республике Саха (Якутия) на 2018–2022 годы» (утв. указом главы Республики Саха (Якутия) от 15.12.2017 № 2279).

2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р; в ред. постановления Правительства РФ от 23.11.2020 № 1903).

3. UNCTAD. Creative economy report: special edition. 2010. 190 p.

4. Новикова С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // Новые технологии. 2019. № 2 (48). С. 175–184.

5. Виноградова Е., Гринкевич Д. Гостям хорошо: стоимость туристического нацпроекта составит около 1 трлн рублей // Известия. URL: https://iz.ru/1154778/ekaterina-vinogradova-dmitrii-grinkevich/gostiam-khorosho-stoimost-turisticheskogo-natcproekta-sostavit-okolo-1-trln (дата обращения: 25.08.2021).

6. В. Путин поручил заняться преобразованием бывших промтерриторий в креативные кластеры // ТАСС. URL: https://tass.ru/obschestvo/10316607 (дата обращения: 29.08.2021).

7. В 10 регионах России до конца 2021 года будут созданы 30 креативных кластеров на месте промзон и заброшенных зданий // Ведомости. URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2021/04/06/v-10-regionah-rossii-do-kontsa-2021-budut-sozdani-30-kreativnih-klasterov-na-meste-promzon-i-zabroshennih-zdanii (дата обращения: 02.09.2021).

8. Интерфакс-Туризм. URL: https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/76428/ (дата обращения: 24.08.2021).

9. Национальный проект «Культура»: паспорт национального проекта // Официальный сайт Министерства культуры РФ. URL: https://culture.gov.ru/About/national-project/about-project/ (дата обращения: 04.09.2021).

ХРОНОТОП ПРАЗДНИКА В РЕКРЕАЦИОННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ

CHRONOTOPE OF THE HOLIDAY IN RECREATIONAL DESIGN

УДК 338.48

А.И. Зорин, *профессор кафедры ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития Российской международной академии туризма, д-р пед. наук, доцент, z88@mail.ru Московская область, Россия*

A.I. Zorin, *Professor of the RIAT-UNESCO Chair "Cultural Tourism for Peace and Development", Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, z88@mail.ru Moscow region, Russia*

Ключевые слова: хронотоп; событие; хронотоп праздника; ритуал; церемония; обряд; праздничный хронотоп.

Keywords: chronotope; event; chronotope of a holiday; ritual; ceremony; rite; festive chronotope.

Рассматривается праздничный хронотоп в рекреационном проектировании как фундаментальное понятие для исследования праздничного бытия.

The festive chronotope in recreational design is considered as a fundamental concept for the study of festive life.

Термин «хронотоп» под воздействием идей Германа Минковского и Альберта Эйнштейна ввел в мир творческого проектирования А.А. Ухтомский.

Когда мы говорим «хронотоп», ясно, что речь пойдет об идее «пространства-времени». Данная идея уже давно известна как специальная теория относительности Альберта Эйнштейна. Однако сам великий физик утверждал, что представления о континуальном времени-пространстве он почерпнул

© Зорин А.И., 2021

из работ Германа Минковского. Поэтому понимание взглядов Минковского будет весьма полезным не только для физиков-теоретиков, но и для людей, занимающихся художественным и культурным проектированием, особенно в туроперейтинге и рекреационном проектировании.

Минковский предложил свои рассуждения о пространстве-времени. Известно, что скорость света в вакууме не зависит от движения источника или приемника и одинакова во всех направлениях. Отсюда исследователь выводит принцип причинности: никакая информация не может передаваться со скоростью, превышающей скорость света в вакууме, иначе последствие предшествует причине.

Обычно люди воспринимают пространство и время дискретно, т.е. по отдельности. Особенно это характерно для туризма и туристов. Например, экскурсанту, приехавшему в Санкт-Петербург, легко придумать, что его маршрут много раз пересекается с Пушкиным в пространстве. А вот как он пересекается с ним во времени – понять трудно.

Мы живем на Земле и оперируем ее масштабами как привычными. Считается, что масштаб жизни человека на Земле задается скоростью 300 км/ч. Почему скоростью? Потому что скорость связывает пространство и время, и всякая деятельность человека, протекающая в этом состоянии, воспринимается нами как привычная. Ограничение максимальной скорости, возможной во Вселенной, скоростью света в вакууме дается нашему пониманию только умозрительно: свидетелей нет.

Минковский первым доказал, что именно масштабы Вселенной требуют от нас воспринимать пространство и время как единое целое, и пояснил: все становится понятнее, если использовать четыре измерения вместо привычных трех.

Становится понятно, что когда мы неподвижно сидим в кресле и смотрим футбол, мы видим, что футболисты бегают по полю со скоростью 10 км/ч, но одновременно мы вместе движемся в пространстве с огромной скоростью относительно Луны, с еще большей – относительно Солнца и просто с ошеломительной – относительно нашей местной группы галактик.

Еще более удивительные парадоксы происходят, когда мы сами начинаем движение в пространстве. Встали с кресла и пошли в столовую – время для нас замедляется. Теория относительности доказывает, что увеличение скорости нашего движения приводит к замедлению времени, пока оно не остановится совсем (эффект черной дыры: мы не сможем остановить время «больше, чем совсем», поэтому и разгоняться после скорости света нам будет некуда).

В пространстве-времени начинает работать новая константа – интервал пространства-времени, связанный со скоростью света. Интервал пространства-времени S будет вычисляться по формуле Минковского: $S2 = x2 + y2 + z2 – (Ct)2$, где C – скорость света в вакууме, а t – время. Теперь мы с вами знаем не только «где?», но и «где и когда?». В пространстве Минковского разделение событий происходит в интервале от абсолютного будущего до абсолютного прошлого.

В пространстве Минковского формируются две подсистемы. Он называет их конусами света. Первая – конус будущего света – в нем лежит все, на что может повлиять наблюдатель. Вторая – конус прошлого света, где, напротив, находится все, что когда-либо могло повлиять на точку, в которой сейчас находится наблюдатель. А вот все, что лежит в пространстве-времени за пределами этих двух конусов, навсегда останется для наблюдателя неизвестным.

Эти два конуса воздействуют, например, на экскурсанта и формируют в нем хронотоп Пушкина.

А теперь попробуем понять этот хронотоп Пушкина, который возникает у экскурсанта в Санкт-Петербурге. Как хронотоп Ивана Крылова. Или хронотоп Карамзина. Или хронотоп восстания декабристов. Или хронотоп блокады Ленинграда.

Свойства хронотопа. «Хронотоп (от др.-греч. χρόνος – время и τόπος – место) – закономерная связь пространственно-временных координат» [10, с. 342].

В отличие от теоретиков пространства-времени, А.А. Ухтомский вводит хронотоп в контекст человеческих коммуникаций и восприятия: «с точки зрения хронотопа существуют уже не отвлеченные точки, но живые и неизгладимые из бытия события» [10, с. 342].

Колоссальный скачок в применении концепта хронотопа в анализе творчества совершил М.М. Бахтин, который предложил рассматривать хронотоп как формально-содержательную категорию: «Существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений, художественно освоенных в литературе, мы будем называть хронотопом» [1, с. 234].

В теории хронотопа М.М. Бахтина подчеркивается его целостность, которую обеспечивает личностная позиция автора (творца) и которая проявляется в смыслах: «Вступление в сферу смыслов совершается только через ворота хронотопа».

Смыслы хронотопа раскрываются:

• предметно – как пространственно-временной «адрес» события: где и когда это событие произошло;

• содержательно – как система противоречий, аспектов и результатов;

• субъективно – как данное событие отразилось на судьбах героев и автора;

• образно – какие образы возникают как следствие диалогичности бытия.

Хронотоп – креативный образ – время-пространство автора (творца).

Согласно М.М. Бахтину, предметом хронотопа является событие. Событие – целостная структура хронотопа.

М.М. Бахтин – величайший исследователь творчества, который обратил наше внимание на значение праздника в развитии культуры: «Праздник – произведение искусства, сугубо “декоративное” явление». Праздник комплементарен многогранной культуре карнавала. Карнавал – экзистенциальная модель сверх-жизни, в которой смеховое начало побеждает реальность: «Каждый праздник рядом со своей официальной – церковной и государственной – стороной имел еще вторую, народно-карнавальную, площадную сторону, организующим началом которой был смех и материально-телесный низ» [1, с. 43].

Карнавал формирует новые, искаженные образы и сюжеты: из старости в младенчество, из короля в шута, из смерти в жизнь. Для карнавала характерны маски, обжорство, пьян-

ство, секс, смех… Однако все это носит умозрительный, созерцательный, амбивалентный характер.

М.М. Бахтин назвал праздник носителем смеховой культуры, которой безразлично над кем смеяться. Смеются над всеми, везде и всегда.

Во многих исследованиях Бахтин развивает теорию праздничного времени-пространства, или теорию хронотопа праздника.

Три вида праздничного пространства:

1. Реально существующее *историческое место*, на котором произошли значимые для общества или индивида события (Брестская крепость, поле Куликовской битвы, Бородинского сражения). Историческое место праздника позволяет стереть границу между прошлым и настоящим; переносит нас «из сегодня в тогда».

2. Специально созданное и обустроенное *место действия праздника*: парки отдыха, площади, улицы, набережные и т.п., где создаются специальные декорации для праздника. Если праздник из года в год проходит на одном и том же месте и посвящен одному событию, то это место со временем из статуса искусственного переходит в статус исторического.

3. *Историческое место события, синтезированное с искусственно созданным пространством*.

В основе хронотопа праздника лежит событие.

Хронотоп праздника – это пространственно-временной синтез исторического или современного события, восстановленного с использованием современных изобразительно-выразительных средств, символов, актуализирующих ценностные системы социально-культурной реальности прошлого и настоящего.

Архитектоника хронотопа праздника. Системным элементом, генерирующим праздник, является ритуал, который коренным образом меняет линию поведения человека, группы или общества.

Ритуал – логически завершенная система постоянно повторяющихся наборов жестов, слов и действий, основанная на конкретных событиях религиозного, светского или обыденного характера.

Второй элемент архитектоники праздника – церемония.

Церемония – установленный торжественный порядок совершения чего-либо, система ритуалов, составляющих единое законченное символико-смысловое действие обряда.

Ритуал и церемония являются составными частями обряда.

Обряд – театрализованная система символических целенаправленных действий, подчиненных необходимости выделить важные факты или события любого характера в жизнедеятельности человека или общества.

Архитектонику праздника представляет какая-либо разновидность праздничного хронотопа:

1. Ритуальный, или циклический, хронотоп, в основе которого лежит некое важное событие непреодолимой силы (засуха или наводнение; смерть или рождение и т.п.). Ход ритуала подчеркивает идею вечной повторяемости, круговорота пространства и времени мира. В празднике он представлен как архетипическая ситуация, когда пространство и время уже даны человеку и в целом мало в чем зависят от него. Этот вид используется в основном в религиозных праздниках. Ритуал – это просьба к высшей силе. Ведущим его компонентом выступает пространство, имеющее отношение к произошедшему событию.

2. Церемониальный, или линейный, хронотоп – синтез ритуалов ради конкретного действия. В основе этого синтеза лежит цель – встретить, проводить, открыть, увековечить и т.п. Данный хронотоп присущ церемониальным и государственным праздникам. Вместе с тем он присутствует практически во всех праздниках с преобладающим оттенком места, потому что место диктует последовательность действий, а время – их эмоциональную окраску.

3. Обрядовый хронотоп – синтез церемониальных хронотопов, подчиненных необходимости, которая лежит в его основе (свадьба, рождение человека, посвящение в новую социальную роль и т.п.). Чаще всего обрядовые праздники представляют собой синтетическое образование, которое задается субординирующим видом связи между системообразующими факторами.

4. Ритуально-церемониальный хронотоп – День Победы и праздники, подобные ему.

5. Церемониально-обрядовый хронотоп – олимпиады (спортивные, художественные, школьные и т.п.), в которых проявляется синтез цели и необходимости.

6. Ритуально-обрядовый хронотоп – свадьба, присвоение звания либо имени.

Таким образом, построенные типология и виды праздничных хронотопов позволяют более эффективно организовать поиск и отбор материала, изобразительно-выразительных средств, способов активизации и воздействия на зрителя в каждом конкретном празднике.

Хронотоп – обязательный компонент праздника. Он может определить тип, вид и форму праздника, позволяя режиссеру-постановщику воплотить свое субъективное, эмоциональное видение предмета праздника. Пространство и время – исходные величины, с которых режиссер начинает свое самовыражение.

Хронотоп несет в себе жанрообразующую и сюжетообразующую функции праздника, способствует более глубокому постижению внутреннего мира людей. Он передает систему взаимоотношений человека с окружающей действительностью. Хронотопичен художественный образ любого праздника.

Пространство и время в праздничном хронотопе всегда выступают в синтезе с ведущей ролью пространства, способствуют концептуализации новой информации. Хронотоп является центром изобразительно-выразительных средств, которые способствуют воздействию праздника-объекта на зрителя-субъекта рекреационной деятельности. Хронотоп – важнейший объект рекреационного проектирования, поскольку он как бы материализует рекреационное время в рекреационном пространстве. При этом экзистенциальное содержание праздника определяет темпоральность праздничных событий. Темпоральность – свойство хронотопа, определяющее рекреационную взаимосвязь моментов времени и временных характеристик, динамику тех изменений, которая создает рекреационную специфику в социокультурной деятельности человека и в празднике.

Таким образом, праздничный хронотоп в рекреационном проектировании становится фундаментальным понятием для исследования праздничного бытия, где каждый праздник как система событий, действий, символов существует как хронотоп, т.е. в собственной системе пространственно-временных координат.

Литература и источники

1. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе: очерки по исторической поэтике. М.: Художественная литература, 1975. С. 234–407.

2. Буланов А.М. Семантика художественного времени (Тургенев – Достоевский – Чехов) // Проблемы языка и стиля в литературе. Волгоград, 1978.

3. Глазычев В.Л. Образы пространства (проблемы изучения) // Творческий процесс и художественное восприятие. Л., 1978.

4. Гречнев В.Я. Категория времени в литературном произведении // Анализ литературного произведения. Л., 1976.

5. Курбатов В.П. Праздничный хронотоп: понятие, типы и виды // Культура и образование. 2014. № 2.

6. Лосев А.Ф. Введение в общую теорию языковых моделей. М., 2004. 296 с.

7. Лотман Ю.М. В школе поэтического слова: Пушкин. Лермонтов. Гоголь. М.: Просвещение, 1988. 352 с.

8. Лотман Ю.М. Заметки о художественном пространстве // Ученые записки ТГУ. Вып. 720. Труды по знаковым системам XIX. Тарту, 1986. С. 25–43.

9. Минц З.Г. Структура «художественного пространства» в лирике А. Блока // Ученые записки ТГУ. Вып. 251.

10. Ухтомский А.А. Доминанта. СПб.: Питер, 2002. 448 с.

11. Пространство-время до Эйнштейна: теория относительности Германа Минковского. URL: https://www.prostranstvo.media/prostir-chas-do-ejnshtejna-german-minkovskij/

ВЕДУЩИЕ КАТЕГОРИИ КУРСА «ТУРИЗМ И ВСЕМИРНОЕ НАСЛЕДИЕ»: ПАМЯТЬ – ПАМЯТНИКИ – НАСЛЕДИЕ – СЛЕД

LEADING COURSE CATEGORIES TOURISM AND WORLD HERITAGE: MEMORY – MONUMENTS – HERITAGE – TRACE

УДК 338.48

И.В. Зорин, *заведующий кафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития Российской международной академии туризма, д-р пед. наук, профессор, president-rmat@yandex.ru Московская область, Россия*

I.V. Zorin, *Head of the UNESCO Chair for Cultural Tourism for Peace and Development of the RMAT, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, president-rmat@yandex.ru Moscow region, Russia*

Ключевые слова: туризм; Всемирное наследие; кафедра ЮНЕСКО; проект «Волонтеры Всемирного наследия»; курс «Туризм и Всемирное наследие»; память и памятники; наследие и богатство; духовное наследие.

Keywords: tourism; World Heritage; UNESCO Chair; World Heritage Volunteers project; Tourism and World Heritage course; memory and monuments; heritage and wealth; spiritual heritage.

Рассмотрены основные категории курса «Туризм и Всемирное наследие», разрабатываемого на кафедре ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ. В качестве базового образовательного стандарта используется унифицированный ЮНЕСКО сетевой учебный план «Управление объектами Всемирного наследия».

The main categories of the course "Tourism and World Heritage", developed at the UNESCO Chair for Cultural

© Зорин И.В., 2021

Tourism for Peace and Development of the RMAT, are considered. The unified UNESCO network curriculum "Management of World Heritage Sites" is used as the basic educational standard.

Данный курс разрабатывается на кафедре ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ. Кафедра осуществляет свою деятельность в Российской международной академии туризма на основе прямого соглашения между Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) и РМАТ. В соответствии с данным соглашением кафедра является сетевой, международной и базовой. В качестве базового образовательного стандарта используется унифицированный ЮНЕСКО сетевой учебный план «Управление объектами Всемирного наследия».

Сетевая функция кафедры ЮНЕСКО заключается в развитии в ЮНЕСКО направления «Туризм и Всемирное наследие». Кафедра уполномочена создавать отделения и площадки на базе ведущих образовательных организаций, объектах наследия, организациях культуры и туризма и других организаций в России, СНГ, странах Восточной Европы и Азиатско-Тихоокеанской зоны, а также в БРИКС с целью формирования единого информационно-образовательного пространства по направлению «Туризм и Всемирное наследие».

Сетевую деятельность кафедры курирует Секретариат ЮНЕСКО в Париже (Division for Policies and Lifelong Learning Systems Section for Higher Education), в адрес которого кафедра раз в пять лет направляет официальный отчет о своей деятельности.

Международная функция кафедры ЮНЕСКО основана на ее признании как ведущей профильной международной организации на основе специального соглашения ЮНЕСКО и РМАТ от 7 апреля 1999 года, согласно которому кафедре поручено формировать сетевое взаимодействие в международном научном и информационно-образовательном пространстве в рамках проекта ЮНЕСКО ЮНИТВИН «Туризм и Всемирное наследие». Международную деятельность кафедры курирует Комиссия РФ по делам ЮНЕСКО при Мини-

стерстве иностранных дел РФ. Кафедра ежегодно проводит международное координационное совещание сети кафедр, по итогам которого направляет в Секретариат Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО информационный отчет.

Базовые функции кафедра ЮНЕСКО реализует в системе непрерывного обучения, созданной в РМАТ. Унифицированный план курса развивается как проект, т.е. он постоянно модифицируется с учетом текущих задач и ресурсных возможностей, в том числе сетевых. Сегодня он реализуется на всех уровнях образования: волонтер – тьютор – специалист по управлению Всемирным наследием.

На уровне среднего профессионального образования кафедра совместно с ЦТК РМАТ проводит международные конференции студентов-волонтеров с вручением сертификата кафедры ЮНЕСКО «Участник проекта “Волонтеры Всемирного наследия”».

Курс «Туризм и Всемирное наследие» подготовлен на кафедре ЮНЕСКО коллективом авторов – экспертов кафедры, которые не только представили результаты собственных исследований, но и провели специальные работы для обобщения и синтеза научной и педагогической деятельности кафедры по проблеме Всемирного наследия.

Исходным методологическим императивом для синтеза текста курса стала глобальная установка ЮНЕСКО «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года».

На кафедре разработаны теоретические концепты, которые нашли применение в нашем исследовании:

- феноменологическая концепция туристики (Зорин И.В., Квартальнов В.А., 2001);
- рекреационное проектирование туристских дестинаций (Зорин А.И., Лаковский С.Г., 2011);
- метод научно-экспедиционного туризма (Зорин А.И., 2013);
- новая теория рекреации (Зорин И.В., 2018).

Два исходных понятия положены в основу курса «Туризм и Всемирное наследие»: памятники и наследие. Сеть памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО – объект исследования. Наследие – предмет исследования.

Памятник – материальный объект наследия. Наследие материализуется, существует и передается из поколения в поколение как памятник. Памятник передает не только форму, но и, прежде всего, аксиологический смысл наследия. Памятник всегда обладает определенной эстетической ценностью. Часто памятник – произведение искусства, и тем не менее он признается не только как эстетическое наследие, но и несет и сохраняет визуальную информацию о своем хронотопе, т.е. о связи времен, ландшафтов и событий, как общественную коллективную память.

Практически все материальные объекты наследия попадают под определение «памятник». Памятники природы также относятся к памятникам наследия, поскольку обладают эстетической ценностью, которая передается от поколения к поколению.

В современной литературе по наследию часто используется термин «гедонистическая функция» как синоним эстетического наслаждения. В нашем курсе эстетическая ценность понимается по-русски: как определенная художественная ценность, которая вызывает высшее человеческое наслаждение – ощущение «счастья быть человеком» [19, с. 254]. Поэтому эстетическая ценность памятников культурного и природного наследия фиксируется нами в дихотомиях: «прекрасное – безобразное», «возвышенное – низменное», «уникальное – типичное», «профанное – сакральное».

Памятники демонстрируют нам общественно признанную память предков, которая составляет, в свою очередь, важнейшее основание наследия.

ЮНЕСКО относит к памятникам истории и культуры самые разнообразные объекты:

- сооружения;
- предметы;
- памятные места, связанные с историческими событиями в жизни народа;
- произведения материального и духовного творчества, представляющие историческую, научную, художественную или культурную ценность;

• памятники истории, археологии, градостроительства и архитектуры, искусства, а также письменности;

• ландшафты и памятники природы.

Памятники изучает не очень известная наука – памятниковедение. Самое широкое определение памятниковедению дал академик Сигурд Оттович Шмидт: наука о памятниках, их выявлении, изучении, сохранении и использовании [22]. Данное определение памятниковедения положено в основу краеведения. Это особый взгляд на памятники, как бы «сбоку» – от края, от территории.

Вместе с тем памятники имеют особое значение для разных субъектов: отдельных людей, ученых, социальных групп, территориальных общностей, народов, человечества в целом. По данному основанию выделяют памятники:

• всемирного значения;

• общегосударственные объекты культурного наследия федерального значения – объекты, обладающие историко-архитектурной, художественной, научной и мемориальной ценностью, имеющие особое значение для истории и культуры Российской Федерации, а также объекты археологического наследия;

• объекты культурного наследия регионального значения – объекты, обладающие историко-архитектурной, художественной, научной и мемориальной ценностью, имеющие особое значение для истории и культуры субъекта Российской Федерации;

• объекты культурного наследия местного (муниципального) значения – объекты, обладающие историко-архитектурной, художественной, научной и мемориальной ценностью, имеющие особое значение для истории и культуры муниципального образования;

• объекты природного наследия.

Нас будут интересовать памятники всемирного значения, которые избираются по особым унифицированным критериям в Список памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО. Идентификацией данных памятников занимаются:

• Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) (http://www.unesco.org);

• ИККРОМ (ICCROM) – Международный исследовательский центр по сохранению и реставрации культурных ценностей – межправительственный орган, осуществляющий экспертную поддержку по сохранению объектов, включенных в Список Всемирного наследия, а также проводящий тренинги по реставрационным технологиям (http://www.iccrom.org);

• ИКОМ (ICOM) – Международный совет музеев – инициатор создания информационной сети Всемирного наследия (http://www.icom.org);

• ИКОМОС (ICOMOS) – Международный совет по охране памятников и исторических мест (http://www.icomos.org – Северная и Южная Америка, http://www.international.icomos.org – Европа);

• МСОП (IUCN) – Международный союз охраны природы и естественных богатств – осуществляет подготовку рекомендаций Комитету Всемирного наследия по включению в Список объектов природного наследия, а также готовит отчеты о состоянии сохранности включенных в Список объектов через международную сеть специалистов (http://www.iucn.org);

• ОГВН (OWHC) – Организация городов Всемирного наследия (http://www.ovpm.org);

• Europa Nostra – Всеевропейская федерация по сохранению культурного наследия – является представительной платформой для более чем 230 неправительственных организаций по сохранению наследия, активно работающих в 40 странах Европы (http://www.europanostra.org);

• Всероссийское общество охраны природы;

• Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры.

Память и памятники. Слово «памятник» происходит от существительного «память». Память преодолевает забвение и связывает человека с прошлым и будущим. Память присуща как человеку, так и обществу.

Память – способность запоминать, хранить и воспроизводить в сознании впечатления, сведения, образы, информацию как на индивидуальном, так и на коллективном уровне, от поколения к поколению.

Социальная память – основа, на базе которой формируется индивидуальная память. Социальный опыт группы и общества

присваивается либо отторгается индивидом как ценностные установки. Утрата памяти проводит к потере идентичности.

Осознание человеком самого себя в обществе дается освоением накопленного веками опыта, всего многообразия культуры своего и других народов, истории своей семьи, своего рода, своего отечества. Это важные элементы культуры личности. Человек, не знающий своего прошлого, вынужден заново определять себя и свое место в жизни. Без исторического прошлого он не может ощутить будущего и живет только сегодняшним днем.

Память человека имеет сложную природу. С одной стороны, она подчинена природным закономерностям, с другой – общественно-культурным. Это разнообразие привлекает к проблеме памяти ученых и специалистов разных наук, дисциплин и практик.

Сегодня научная трактовка термина «память» несет в себе, главным образом, психологический контент. Общепринятое определение этого понятия пришло к нам из психологии. Итогом работ и дискуссий выдающихся психологов (Ж. Пиаже, Г. Айзенка, Р. Стернберга, Д. Векслера и др.) стало современное энциклопедическое определение: память – это мнемоническая способность человека, психический процесс запоминания, сохранения и воспроизведения информации.

Но какова природа памяти? С точки зрения современного естествознания память – процесс психо-химический, подтверждающий приведенное определение. Выдающийся шведский нейрогистолог Хольгер Хиден, автор гипотезы о белковой природе памяти, доказывает, что память имеет химическую природу, поскольку связана с молекулами РНК клеток головного мозга. Память, утверждает ученый, базируется на азотистых основаниях, а изменение структуры РНК продуцирует активность столбцов сахар-фосфата. Специфика РНК, в свою очередь, определяет индивидуальные свойства ДНК и особенности гаплогрупп народов и этносов. Но не наследие.

Данное определение способно прояснить психо-химические механизмы памяти человека, но будет совершенно беспомощно для объяснения связанности памяти и наследия. Также вряд ли согласятся с этим определением историки, социологи, культурологи, другие ученые и практики, для кото-

рых важнее, например, экономический, социальный или духовный контенты.

Наследие и богатство. Карл Маркс объяснил память как экономический феномен: память – богатство. Всякое богатство создается движением капитала и само создает капитал. В экономике богатство определяется как разница между активами и пассивами на данный момент времени. Но вся проблема, утверждал Маркс, в прибавочной стоимости, точнее, в ее несправедливом распределении. Именно эта проблема создает глубинное противоречие капитализма – между трудом и капиталом. Экономисты-марксисты разъяснили экономическую суть памяти: капитал человек получает в наследство как некую экономическую память о прошлом (рента), затем в ходе своей жизни он может его прирастить, а может и растратить. Таким он и передает капитал наследникам как память о себе.

К богатству можно также отнести доступ к здравоохранению, образованию и культуре. В социологии богатым считается тот человек, который обладает значительными ценностями по отношению к другим членам общества.

Невозможно сводить богатство только к экономическому контенту. В религиозно-философском смысле категория «богатство» рассматривается как богатство духа и воля. Противоположностью богатства является бедность. На английский язык «богатство» переводится как богатство в смысле крайнего превосходства над другими членами общества – richness.

Экономическая трактовка богатства слабо вписывается в контекст духовного наследия как богатства, который мы черпаем из Библии. Однако иеромонах Сретенского монастыря Ириней (Пиковский) прямо говорит об обратном: «В Библии менее 500 стихов о вере, около 500 стихов о молитве и более 2000 – о деньгах. Каждый седьмой стих Нового Завета говорит о деньгах или имуществе. Среди главных тем Притч Соломона и книги Екклесиаст – вопрос о том, как зависит благополучие человека от его благосостояния. Почти 15% из того, чему учил Иисус Христос, так или иначе связано с деньгами и имуществом. Бесед о собственности у Господа больше, чем описаний рая и ада вместе взятых» [6].

Слова «богатство», «богатеть», «обогащать» в Библии – одни из самых часто употребляемых терминов, но не они яв-

ляются доминантой текста. Они вводятся только для обозначения некоего важного смысла в контексте «наследия».

В Ветхом завете для этого используется слово *ошер* (עֹשֶׁר) – имущество, богатство как дар праведнику. Богатство стоит в одном ряду с важнейшими ценностями Израиля: «слава», «мудрость», «почет», «жизнь».

В Ветхом Завете «наследие = богатство». Все богатства мира принадлежат Богу, который их распределяет и следит за справедливостью персонификации. Вот схема:

1. Бог – источник богатств. Всем богатством владеет Бог, Он является создателем и владельцем всего, что существует (Пс. 50: 10–12).

2. Богу принадлежат богатство и слава (см.: 3Цар. 3: 13; 1Пар. 29: 12). Господни – земля и все, что ее наполняет (см.: Пс. 23: 1; 1Кор. 10: 26, 28).

3. Господь делает нищим и обогащает, унижает и возвышает (см.: 1Цар. 2: 7), отнимает имущество у одних и передает другим (см.: Быт. 31: 16).

4. За смирением следует страх Господень, и богатство, и почет, и жизнь. (Притч. 22: 4); «Бессмысленные погибают и оставляют имущество свое другим» (Пс. 49: 10).

Новый Завет проповедует о том, что только христианин приобретает «богатство славного наследия Его [Бога] для святых» (Еф. 1: 18). Для этого используется греческое слово «*плутос»* (πλοῦτος), которое более всего передает смысл наследия как «множества богатства» (Пс. 52: 7) и его «умножения» (Пс. 62: 10; 73: 12).

Новый Завет проповедует богатство «благодати» Бога (χάριτος – см.: Еф. 1: 7), «благости» (χρηστότητος – см.: Рим. 2: 4), «славы» (τῆς δόξης – см.: Рим. 9: 23; Еф. 3: 16); «бездна богатства, премудрости и ведения» (Рим. 11: 33).

Но главное – у Бога есть не просто богатство и слава, но богатство той тайны, что «Христос живет в нас» (Кол. 1: 27).

Исследователи наследия, как правило, рассматривают память в контексте культурно-исторического процесса. Человек живет между прошлым и будущим. Прошлое и будущее объединяет память. Только *память* человека позволяет ему связывать между собой времена. Человек, лишенный памяти, не

может осознать свое место в обществе, живет «одним днем». То же и народ. Память народа хранит свою идентичность через осознание единства прошлого и будущего. Это единство – суть нашей идентичности, которая отражена и в памяти: памятниках архитектуры, литературе, музыке и многом другом, что ассоциируется с культурно-историческим наследием.

В нашем курсе память рассматривается в контексте проблемы сохранения и использования природного и культурного наследия как необходимого условия воспроизводства идентичности и устойчивого развития современного общества.

Наследие формируют общепризнанные природные, материальные и духовные ценности – зримое свидетельство этносов, эпох и цивилизаций, воплощенное в памяти народа, а материально – в памятниках.

Памятники следует рассматривать совместно с их природным окружением. Адекватным материальным носителем информации, системно объединяющим природные и культурные основания наследия, являются *культурные ландшафты*.

Вестминстерский словарь теологических терминов определяет наследие как «владение тем, что человек получает как наследник».

В русский языке слово «наследие» пришло из старославянского, где оно было образовано от глагола «наслъдити» (наследовать). Все эти слова образованы от одного корня «след».

В Этимологическом словаре раскрывается происхождение слова: наследовать значит «идти следом». Согласно данному источнику, наследие имеет следующие значения: наследие как наследство; наследие как богатство; наследие как ресурс; природное наследие; культурное наследие; духовное наследие [23].

Духовное наследие. Духовное наследие более всего обозначено в Библии и святоотеческой литературе.

В Ветхом Завете словом «наследие» обозначено обретение Израилем Земли Обетованной (Чис. 34: 2; Втор. 26: 1; Пс. 104: 11). В Новом Завете словом «наследие» обозначается обретение Царства Божия, данного тем, кто является христианином (Мф. 25: 34; Гал. 5: 21; Евр. 1: 14).

Установления по Ветхому завету и Новому завету

Источник	Установления
Ветхий завет	Господь – наследие народов (Пс. 72: 26; Пс. 141: 5) Народ – наследие Господа (Втор. 4: 20; Ис. 47: 6) Язычники включены в наследие Божие (Пс. 2: 8; Иер. 10: 16)
Новый завет	Наследник – Иисус (Евр. 1: 2)
	Мы становимся наследниками, когда: - становимся детьми Божиими (Гал. 4: 7); - верим в Иисуса (Рим. 4:13; Евр. 6: 12); - получаем благодать Божию: (Гал. 3: 18); - мы сонаследники со Христом (Рим. 8: 17)
	Мы наследуем: - землю (Мф. 5: 5); - царство света (Кол. 1: 12); - Небесное Царство (Мф. 19: 29; Мф. 25: 34); - вечную жизнь (Тит. 3: 7); - все (Откр. 21: 7)
	Наследие: - дается Богом и Его словом (Деян. 20: 32); - дается как награда (Кол. 3: 24); - хранится на небесах для нас (1Пет. 1: 4); - нетленно (1Кор. 15: 50–53; 1Пет. 1: 4); - вечно (Евр. 9: 15); - Дух – залог его (Еф. 1: 13, 14); - может быть утеряно из-за неповиновения (Мф. 25: 41–46; Евр. 4: 6, 11)

Наследие и след. Получается, ключевое слово (корень) для понимания термина «наследие» – «след». След и архислед – признаки наследия: наследник не просто счастлив наследию. Если наследник принимает наследие, то обязан идти следом, приумножая наследие.

Не только слово «наследие» Древняя Русь унаследовала от славянского этноса, но и язычество, которое здесь надолго задержалось. Но и в Древней Руси – и в Новгороде, и в Пскове,

и в Киеве, и в Чернигове, и в Ладоге – наряду с языческими капищами уже стояли многие храмы всех великих мировых религий – синагоги, церкви и мечети. Их построили путешественники, которые ходили по великим торговым путям.

Когда великий князь киевский, будущий святой равноапостольный Владимир выбирал для России религию, он делал этот непростой выбор из уже сложившегося всемирного религиозного наследия: иудаизма, католицизма, православия и ислама. Выбор в пользу той или иной религии означал для великого князя, это надо понимать, разрыв с язычеством, сложившимися устоями, правилами и законами, традицией и наследием предков.

И это был не просто крутой поворот, это был выход из тяжелейшего кризиса идентичности Древней Руси по следам преданной Византии, который обеспечил ренессанс Православия и 1000-летнюю устойчивую историю развития крупнейшего в мире государства – России.

Литература и источники

1. Варламова Т.Н., Иванова И.Ю. Сохранение и использование культурного наследия (Охранные технологии в социально-культурной сфере): учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Культурология». М.: РГСУ, 2013.

2. Веденин Ю.А., Кулешова М.Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Известия РАН. Серия «География». 2001. № 1. С. 7–14.

3. Верклер Г.А. Герменевтика. Принципы и процесс толкования Библии. Бэйкер бук хаус, 1995. 177 с.

4. Зорин А., Зорин И. Дестинация в контексте ЮНЕСКО. Химки: РМАТ, 2011. 66 с.

5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристика. М.: Советский спорт, 2001. 524 с.

6. Ириней (Пиковский), иеромонах. Богатство. Размышления над страницами Библии. URL: https://pravoslavie.ru/66151.html

7. Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия (16 ноября 1972 года) // Свод нормативных актов ЮНЕСКО: конвенции и соглашения, рекомендации, декларации. М., 1991. С. 290–302.

8. Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия / Генеральная конференция Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (Париж, 17 октября – 21 ноября 1972 года).

9. Конференция ООН по окружающей среде и развитию «Повестка дня на XXI век» (Рио-де-Жанейро, 1992 год).

10. Культурный ландшафт как объект наследия. М.: Институт Наследия, 2004. 620 с.

11. Мак-Ким Д.К. Вестминстерский словарь теологических терминов. М., 2004.

12. Международные нормативные акты ЮНЕСКО / сост. И.Д. Никулин. М.: Логос, 2002. С. 92.

13. Официальный сайт Международной Конвенции об охране нематериального культурного наследия. URL: http://www.unesco.org/culture/ich

14. Питирим (Нечаев К.В.), митрополит Волоколамский и Юрьевский. Концепция программы «Золотое наследие Руси» // Теория и практика физической культуры. 2000. № 8.

15. Положение об охране и использовании памятников истории и культуры. М., 1982.

16. Православная энциклопедия «Азбука веры». URL: http://azbyka.ru/

17. Православное наследие в культуре России: история, актуальность диалога: материалы Всерос. научно-практ. конф. «Одиннадцатый Славянский научный собор “Урал. Православие. Культура”». Челябинск: Челяб. гос. акад. культуры и искусств, 2013. 456 с.

18. Сокровища человечества. Всемирное наследие ЮНЕСКО. М.: АСТ, 2005. 512 с.

19. Успенский Г.И. Собр. соч.: в 9 т. Т. 7. М.: ГИХЛ, 1957. С. 253–254.

20. Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации: федер. закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ.

21. Филюшкин А.И., Барышников В.Н., Заостровцев Б.П. Империя, память и места памяти // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 2 «История». 2011. С. 84–89.

22. Шмидт С.О. Памятники в системе науки и общественного сознания // Музееведение. Музеи мира: сб. науч. тр. НИИ культуры. М., 1991.

23. Этимологический словарь русского языка / под ред. Г.А. Крылова. СПб., 2005.

24. Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Повестка дня на XXI век для отрасли путешествий и туризма. Мадрид: Всемирная туристская организация ООН, Всемирный совет по путешествиям и туризму, Совет Земли, 1995.

25. Fowler P.J. World Heritage Cultural Landscapes 1992–2002 // World Heritage, UNESCO World Heritage Center, 2003.

26. UNWTO_Barometer, 2018. URL: http://tourlib.net/wto

РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЧУКОТСКОГО ПОЛУОСТРОВА

RECREATIONAL-TOURIST POTENTIAL AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF THE CHUKOTKA PENINSULA

УДК 796.5:504.03(571.651)

С.А. Лозовская, *ведущий научный сотрудник, канд. биол. наук, lana.prima12@mail.ru*
Н.Г. Степанько, *старший научный сотрудник, канд. геогр. наук, доцент, sngreg25@mail.ru*
Тихоокеанский институт географии ДВО РАН, г. Владивосток, Россия

S.A. Lozovskaya, *Leading Researcher, Candidate of Biological Sciences, lana.prima12@mail.ru*
N.G. Stepanko, *Senior Researcher, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, sngreg25@mail.ru*
Pacific Institute of Geography, Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences, Vladivostok, Russia

© Лозовская С.А., Степанько Н.Г., 2021

Ключевые слова: Чукотский полуостров; рекреация; туризм; экология; загрязнение среды.

Keywords: Chukotka Peninsula; recreation; tourism; ecology; environmental pollution.

Развитие арктического туризма на Крайнем Севере становится одним из перспективных хозяйственных направлений возрождения заполярных территорий России. Экологический туризм в будущем может стать на Чукотке одной из немногих перспективных и экологически приемлемых отраслей экономики региона и превратиться в мощный фактор социального развития. Однако для данных территорий дальнейшее интенсивное развитие промышленности (добывающих и обрабатывающих отраслей) несовместимо с сохранением естественных экологических систем и биоразнообразия. На территории Чукотки расположены производства I–V классов вредности, и в то же время все районы насыщены объектами ООПТ. Для поддержания уникальности природных комплексов Чукотки рекреационное природопользование здесь возможно только в комплексе, а не мелкими экономическими структурами. Необходимы также серьезные экологические исследования и капитальные вложения в охрану природы, комплексная оценка воздействия производственной сферы и туризма на окружающую среду.

The development of Arctic tourism in the Russian north is becoming one of the promising economic areas for the revival of the polar territories of the Russian North. In the future, ecological tourism in Chukotka may become one of the few promising and environmentally acceptable sectors of the regional economy and turn into a powerful factor in social development. However, for these territories, the further intensive development of industry (extractive and processing industries) is incompatible with the preservation of natural ecological systems and biodiversity. On the territory of Chukotka, there are production facilities of I-V hazard classes and, at the same time, all areas are saturated with protected

areas. To maintain the uniqueness of the natural complexes of Chukotka, recreational nature management is possible here only as a complex, and not by small economic structures. There is also a need for serious environmental research and capital investments in nature protection, a comprehensive assessment of the impact of the production sector and tourism on the environment.

Рекреационная сфера – быстро прогрессирующая область в мировой экономике, а индустрия туризма – одна из крупнейших статей международной торговли в несырьевом секторе. Международный туризм составляет 27,2% общего мирового экспорта услуг. Наибольшая доля мирового валового внутреннего продукта в части туризма в 2017 году, по данным ЮНВТО, приходилась на Азиатско-Тихоокеанский регион (36%). Северный туризм при его рациональном развитии может стать одним из перспективных альтернативных хозяйственных направлений возрождения заполярных территорий России, обеспечить высокий уровень экономического развития и способствовать решению накопившихся социальных проблем этого региона.

Чукотский автономный округ (Чукотка, ЧАО) – самый отдаленный от Центральной России регион, обладающий высоким стратегическим, экономическим и транзитным потенциалом. Туризм является одним из ключевых факторов социально-экономического развития ЧАО в качестве экспортного направления экономики региона, выступая как механизм развития арктической территории Российского Дальнего Востока [1]. Однако освоение богатейших и до сих пор почти не используемых рекреационных ресурсов этого региона идет очень медленно. При всей очевидности высокого потенциала данной сферы национальной экономики полярные регионы России практически не освоены. В то же время многие арктические страны стремятся создавать и развивать собственные уникальные туристские продукты. Так, Норвегия и Дания активно используют в качестве туристских направлений снежные просторы Гренландии и Шпицбергена. В дополнение

к классическим путешествиям по суше туристам предлагаются пешие, санные и вертолетные экспедиции, круизы вокруг островов с высадками на льды, а также масса активных занятий: от лыжных переходов до прогулок на каяках среди айсбергов, альпинизма и арктического дайвинга. Кроме этого, здесь можно увидеть ледниковые фьорды со стометровыми айсбергами. Канада предлагает исследовать фауну Канадского Арктического архипелага с большим количеством заповедников; Исландия – катание на лыжах, походы, каякинг, путешествия по дикой природе Исландии, Гренландии и Ян-Майене; Финляндия – каякинг, катание на горных велосипедах, традиционную ловлю лосося в северных реках и рыбалку в Северном Ледовитом океане [2; 3; 4; 5].

Российская Арктика как направление туризма – это суровая и очень живописная природа островов и архипелагов знаменитого Северного морского пути, часть которого проходит вокруг Чукотского полуострова. Природно-ресурсный потенциал этой части Чукотки и расположенный на ее территории международный природный парк «Берингия» [6] предоставляют уникальные возможности для экологического, научного, познавательного, спортивного, экстремального, этнографического, археологического туризма. Богатые и уникальные флора и фауна, экзотические северные ландшафты, своеобразная древняя культура чукчей и эскимосов выдвигают Чукотку в ряд наиболее привлекательных уголков планеты. Интерес к этому району со стороны туристов обусловливается также «диким» состоянием суровой северной природы, большей частью не нарушенной хозяйственной деятельностью человека. Экологический туризм, связанный с природой, в настоящее время завоевал популярность во всем мире. Урбанизация и растущая гиподинамия вызвали необходимость большей близости человека с природой. Сегодня экологический туризм – это не только отдых среди природы, это выражение активной позиции самих людей по отношению к защите уязвимой природы. На территориях, где расположены уникальные памятники природы и культуры, создаются заповедники, на-

циональные и природные парки. Наряду с экологическим все популярнее становится и культурно-этнографический туризм.

Территория Восточной Чукотки представляет собой уникальный природный регион мирового значения для организации здесь специальных видов туризма. Богатство природы Берингова пролива и его огромная историко-культурная ценность для народов всего мира способствовали признанию особого статуса этого региона как «сокровищницы» мирового значения, сохранившей уникальные ресурсы планеты. Поэтому, с одной стороны, здесь необходимо создание современной стабильной рекреационно-туристской индустрии, а с другой – организация высокоэффективной сети природоохранных учреждений. Все это налагает повышенную ответственность и создает дополнительные трудности в планировании мероприятий по созданию единой рекреационно-туристской системы Чукотки [6].

Особенность создания рекреационно-туристских систем в этом регионе заключается в его экзотическом характере, связанном не только с уникальностью природной среды, но и с особенностями этнографии и историко-культурного наследия народов Чукотки. Экологический туризм здесь неотделим от этнографического и предполагает использование местной специфики в жилище, питании, транспорте, одежде, охоте и рыболовстве. На территории Чукотского полуострова можно выделить восемь районов, интересных для посещения российскими и иностранными туристами (см. табл.).

Таким образом, самыми перспективными районами для развития любых видов туризма являются «Синявинский архипелаг» и «Дежневско-Лаврентьевский комплекс». На втором месте находятся районы «Чегитунский комплекс», «Мечигменско-Гетляненский комплекс» и «Озеро Аччен». Третью группу туристских районов представляют «Земля голубых гусей», «Бухта Руддера» и «Озеро Иони».

Таблица

Рекреационно-туристские районы Чукотского полуострова

Рекреационно-туристские районы	Описание районов	Виды туристской деятельности
1. Земля голубых гусей	Представляет особый интерес для научного туризма, так как в районе Колюченской губы обитает много редких и исчезающих видов птиц и животных: гусь-лапотень, тихоокеанская черная казарка, бердов песчаник. Здесь находятся важнейшие места обитания и размножения кольчатой нерпы и лахтака. На острове Колючин расположено моржовое лежбище. В Колючинской губе и впадающих в нее реках водится пильхыкайская далия. Здесь же находятся Нешканские и Тенинские горячие минеральные источники. Воды Колючинской губы и источников являются также охранной территорией гидробионтов. Поэтому эта зона нуждается в строгом режиме охраны. Вместе с тем этот район интересен и для летнего познавательного туризма: тут имеются стоянки древних людей и проложены самые северные водные маршруты на вельботах с высадкой и прогулками вдоль живописных берегов Колючинской губы, лагуны Нешкан, Пильхин, к островам Колючин, Илитлен и к мысу Ванкарем, где находятся древние стоянки эскимосов и чукчей. Начало маршрутов по этому району может находиться в туристском подцентре – п. Нешкан	Научный, познавательный, археологический, экзотический, спортивный туризм

Продолжение табл.

Рекреационно-туристские районы	Описание районов	Виды туристской деятельности
2. Чегитунский комплекс	Геолого-ботанический памятник природы «Чегитунский» знаменит уникальными растительными сообществами, расположенными по берегам живописной реки Чегитун. Здесь находится единственный на полуострове Пучевеемский холодный минеральный источник. Район между р. Чегитун и р. Утовей называют минералогическим музеем под открытым небом. В реках у п. Энурмино встречаются берингийский омуль и аляскинский хариус. На прибрежных скалах находится птичий базар, гнездования гуся-лапотня, моржовое лежбище. Вдоль побережья проходят пути миграции гренландского кита и расположены кормовые поля серого кита. По р. Чегитун и ее притокам проходят познавательные водные маршруты на вельботах с высадкой на берег и пешими прогулками по Чегитунскому комплексу к минеральному источнику и древним стоянкам людей. Район хорош в основном для научно-познавательного туризма. Маршруты по району начинаются из п. Энурмино	Научный, познавательный, экологический, экзотический туризм; спортивные сплавы по рекам, спортивная рыбалка

Продолжение табл.

Рекреационно-туристские районы	Описание районов	Виды туристской деятельности
3. Дежневско-Лаврентьевский комплекс	Интересен природными и историко-этнографическими памятниками природы. Территория изобилует археологическими памятниками, древними стоянками эскимосов. На полуострове находится термально-ботанический памятник природы «Восточный» (Дежневские термальные источники). Между р. Чегитун и р. Утовей имеется небольшой район обитания редких снежных баранов. Вдоль побережья расположены миграционные пути гренландского кита, тихоокеанского моржа, моржовые лежбища, птичьи базары. Места гнездований редких птиц: американского лебедя, бердова песочника, сапсана, белоклювой гагары, гуся-белошея. В прибрежной полосе держатся молодые серые киты. В реках и озерах водятся редкие и реликтовые рыбы: берингийский омуль, аляскинский хариус, берингийская далия. В озере Коолень, кроме 19 видов промысловых рыб, обитает реликтовая популяция арктического гольца. Туристским центром этой территории и всего Чукотского района является п. Лаврентия. Недалеко расположены п. Лорино и п. Корыткино. Вторым центром района является крупный п. Уэлен, недалеко расположен п. Инчоун. Рядом – о. Ратманова	Научно-познавательный, этнографический, археологический, деловой, экологический, транспортный туризм; спортивные сплавы по рекам, спортивная рыбалка

Продолжение табл.

Рекреационно-туристские районы	Описание районов	Виды туристской деятельности
4. Мечигменско-Гетляненский комплекс	Включает в себя два природных комплекса: Мечигменскую губу и лагуну Гетлянен. На территории расположено два памятника природы: комплексный «Термальный» и термально-ботанический «Мечигменский». Район является зоной строгой охраны птиц, так как здесь находятся их гнездовья: белоклювая гагара, тихоокеанская черная казарка, гусь-белошей. Здесь же расположены лежбища сивуча и моржа, места скопления белого и бурого медведей. Живописна природа Гетляненского урочища. Вдоль побережья тянутся кормовые поля моржа и тюленя, серого кита. Имеются археологические раскопки древних поселений	Научно-познавательный, археологический, экологический туризм, наблюдение за животными
5. Сенявинский архипелаг	Это самый обжитой район Восточной Чукотки. Он занимает территорию от п. Яндракинот, являющегося центром скопления уникальной реликтовой растительности, до р. Курупка. Здесь расположены пять населенных пунктов: Преображения (центр), Урелики, Сиреники, Нов. Чаплино, Яндракинот. В его состав входят также арктические острова Аракамчечен, Итыгран и Нунаэнгран. Здесь сконцентрированы многие памятники природы, археологии и истории Чукотки. Памятники природы: термоботанический «Чаплинский» и термоминеральный «Ключевой». Планируются термоминеральные «Сенявинские горные ключи» и «Кивакские горные ключи», а также природно-археологический комплекс «Остров Аракамчечен». На побережье находится много ценных и интересных археологических раскопок, шумных птичьих базаров, лежбищ моржа, сивуча и кольчатой нерпы	Научно-познавательный, пеший, экологический, археологический туризм. Сплавы по рекам на вельботах, путешествия к островам и вдоль побережья

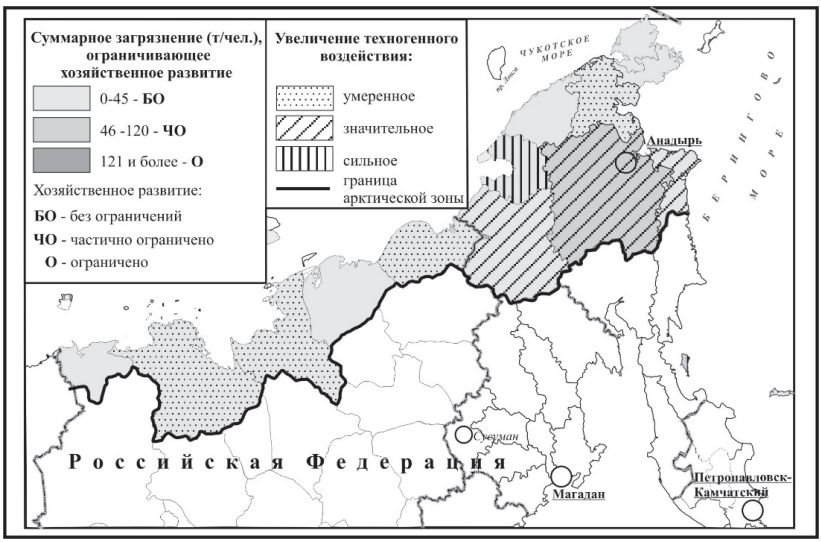
Окончание табл.

Рекреационно-туристские районы	Описание районов	Виды туристской деятельности
6. Аччeнский комплекс	Небольшой туристский район, включающий часть побережья от р. Курупка до р. Энмелен и водную акваторию вдоль берега. Основными достопримечательностями района являются: водный памятник природы о. Аччен, где водится берингийская далия и еще 16 видов рыб, многочисленные птичьи базары, места размножения кольчатой нерпы. Вдоль берега тянется знаменитая Сиренниковская полынья – место размножения гренландского кита. В этой зимней полынье собираются и зимуют моржи и тюлени, многочисленные водоплавающие птицы. Охраняется законом	Научный туризм
7. Бухта Руддера (Эргувеемский комплекс)	Район включает: п. Энмелен; памятник природы «Бухта Руддера», где имеется лежбище моржей; Нуньямвеемские термальные источники, р. Эргувеем, в которой водится 18 видов промысловых рыб; места скопления снежного барана и бурого медведя; а также озеро Пыгхын-Миитхын, где обитает реликтовая популяция арктического гольца	Научный туризм, лицензионная охота и рыбная ловля
8. Озеро Иони	Самый маленький и обособленный туристский район расположен в самом центре Восточной Чукотки и включает уникальное о. Иони, а также целый комплекс интереснейших термоминеральных источников: Кимленмельхенские, Ннкынеувеемские, Бабушкины очки, Гильмимлинейвеемские. В р. Игольхвеем водится реликтовая трехигловая колюшка и берингийская далия. Интересна и сама р. Ионивеем, в которой обитает 17 видов промысловых рыб и проводятся спортивные сплавы	Научно-познавательный и экологический туризм. Спортивный сплав по рекам, лицензионная рыбная ловля

Рассматривая предложенное выше рекреационное районирование Восточной Чукотки, нужно учитывать, что образование на этой территории национального парка «Берингия» в 2013 году [7] повлекло за собой приобретение отдельными предлагаемыми рекреационно-туристскими территориями заповедного или особо охраняемого режима, и они стали мало доступными для целей рекреации и туризма. Кроме того, на Чукотке по-прежнему слабо развита социальная и экономическая база туризма (инфраструктура, кадры, сфера обслуживания, инвестиционный комплекс), слабо охраняются памятники природы, плохая транспортная доступность. Неравномерное пространственное распределение, большое видовое разнообразие, нестандартность сочетаний природных рекреационных ресурсов делают в настоящее время невозможным быстрое и легкое развитие туризма в этом районе. Рекреационное природопользование здесь возможно только в комплексе, а не мелкими экономическими структурами, в результате серьезных экологических исследований и капитальных вложений в охрану природы, комплексной оценки воздействия туризма на окружающую среду. В противном случае из-за бессистемного пользования будут разрушены ценные природные комплексы. Поэтому необходимо решение ряда социально-экономических проблем: ресурсное, материальное, финансовое, кадровое обеспечение; маркетинговая подготовка; учет специфики жизнедеятельности народов Севера; создание правовых и экономических механизмов функционирования системы.

Арктика до настоящего момента остается одной из самых чистых экологических территорий планеты. Все страны, имеющие свой арктический сектор, берегут природу этого уникального региона земного шара. Российскому Дальнему Востоку принадлежит самая большая часть арктической территории, которая характеризуется суровым климатом, наличием вечной мерзлоты, богатой сырьевой базой, оттоком населения, депрессивным социально-экономическим состоянием. Для сохранения, поддержания уникальности природных комплексов и особо охраняемых объектов необходимо создание здесь экологически-комфортных условий, которые формируются существующими на этих и близлежащих территориях

видами хозяйственной деятельности. Много лет одним из лидеров в Экологическом рейтинге регионов РФ был Чукотский АО (ЧАО). Согласно рейтингу 2018 года этот регион сдал свои позиции и переместился на 12-е место [8]. Сложившаяся ситуация сформирована существующей территориально-хозяйственной структурой, сложившимися производственно-природными отношениями (рис.). Здесь представлены производства I–V классов вредности, и в то же время все районы насыщены объектами ООПТ.



Техногенное воздействие на территорию ЧАО

Несмотря на то что в последние годы здесь наблюдается значительное снижение производства, экологическое состояние территории не улучшается, что подтверждается результатами экологического рейтинга. Причинами являются: некачественная питьевая вода для обеспечения жизнедеятельности населения; сброс неочищенных сточных вод (в основном бытовых); наличие несанкционированных свалок твердых отходов, отсутствие утилизации твердых отходов; нарушение земельных ресурсов, в основном техногенного характера;

слабое развитие сред охранного направления природопользования; низкая скорость самоочищения и самовосстановления биоценозов; недостаточно активная позиция и реальная помощь государства по восстановлению и сохранению уникальной природы Севера.

Поскольку экологические последствия хозяйственной деятельности практически не имеют территориальных границ, длительны и трансформативны по действию, а деятельности и финансирования по сохранению ООПТ на рассматриваемых территориях практически нет, то наблюдается их деградация, разрушение и упадок, теряется уникальность и самобытность арктических охраняемых природных объектов. В Концепции устойчивого развития арктических районов [10] подчеркивается, что долгосрочным ориентиром развития арктических улусов и мест компактного проживания коренных малочисленных народов Севера является сбалансированное решение проблем развития промышленности и традиционных видов хозяйствования народов Севера при обязательном сохранении естественных экологических систем и биологического разнообразия. Однако на территории Чукотки инвестиционные проекты, направленные на создание экологически благоприятной среды, практически отсутствуют. Для данных территорий дальнейшее развитие промышленности (в основном добывающих и значительно воздействующих обрабатывающих отраслей) будет несовместимо с сохранением естественных экологических систем и биоразнообразия. Сохранение заповедных зон, геологических, археологических, исторических, биологических и других уникальных памятников будет невозможно. Во главе угла, на наш взгляд, должна стоять экологическая сбалансированность природопользования. Поэтому первоочередными на ближайшую перспективу должны стать мероприятия не промышленного освоения, а направленные на усиленное развитие сред охранного направления в природопользовании:

1. Мероприятия, направленные на восстановление и «оздоровление» территорий, подверженных техногенному воздействию: рекультивация нарушенных земель; очистка территорий от металлических и других отходов производства, несанкционированных свалок; формирование и реализация

проектов природоохранного и ресурсосберегающего направлений; активная и всесторонняя реальная поддержка государства в области развития и поддержания традиционных видов хозяйствования.

2. Мероприятия, направленные на создание новых и реконструкцию старых (если таковые имеются) объектов необходимой подготовки (согласно СанПиН) водоснабжения, водоотведения, утилизации или вторичного использования твердых отходов.

При обосновании дальнейшей рекреационной политики развития региона особое внимание необходимо уделять вопросам комплексной оценки рекреационного потенциала, определению приоритетных направлений его использования и рациональной территориальной организации рекреационного хозяйства с учетом новых «рыночных» факторов [9]. Вместе с тем в последние годы существенных изменений и особенно положительных сдвигов в пространственном распределении видов экономической деятельности в северной зоне не произошло. Отмечается лишь значительное увеличение доли добывающих производств в структуре добавленной стоимости Чукотского автономного округа, где этот вид деятельности становится основным и не способствует улучшению экологической обстановке в регионе. Кроме того, в автономном округе снизилась доля строительства, транспорта и связи, обрабатывающих производств [9], что также сдерживает становление и успешное развитие здесь доходной туристской индустрии и сопутствующих ей предприятий. Тем не менее в настоящее время в России арктический туризм начинает активно развиваться, и все большее количество российских путешественников хотят открыть для себя этот северный регион.

Несмотря на различные сложности и новизну туристского направления, российские туроператоры занимаются организацией туристских маршрутов по Чукотке и круизов в Арктику. Так, в 2015 году было организовано пять круизов на атомном ледоколе, в том числе на остров Врангеля и на Чукотку. В организации круизов принимают участие американские, английские и новозеландские компании [1; 10]. В 2017 году Чукотку посетили порядка 1,3 тыс. туристов, значительная доля которых приходится на морские круизы вдоль побере-

жья и на острова, организуемые иностранными турфирмами и турфирмами Камчатки. Несколько маршрутов по внутреннему туризму на Чукотку в настоящее время предлагают в основном турфирмы Москвы и Санкт-Петербурга. На территории ЧАО официально зарегистрированы и работают всего четыре турфирмы, нет ни одной туристской базы, способной принять туристов. Тем не менее потенциал у региона есть, а дальнейшее сотрудничество властей и бизнеса может привести к тому, что в перспективе годовой поток туристов на материковую Чукотку составит до 7 тыс. человек в год [1; 10]. Несмотря на проблемы с транспортной доступностью и явный недостаток инфраструктуры, региональные власти вкладывают средства в поддержку энтузиастов, силами которых и развивается туризм в округе, особенно событийный туризм. В настоящее время в основе чукотского туризма – пешие и экскурсионные туры к природным достопримечательностям (бухте Провидения, мысу Дежнева – самой восточной точке Евразии, мысу Наварин). Очень популярны рыбалка на северных реках и знакомство с культурой коренных народов Севера. В 2017 году правительство Чукотки сделало активные шаги для развития рекреации и внутреннего туризма для местных жителей. Введены субсидированные цены на авиаперевозки из Анадыря в Эгвекинот (всего за 3 тыс. рублей). В связи с этим появилась возможность развивать внутренний туризм – туры «выходного дня». Планируется повысить комфортность отдыха населения на горячих источниках региона.

Таким образом, богатство природы Берингова пролива и его огромная историко-культурная ценность для народов всего мира способствовали признанию особого статуса этого региона как «сокровищницы» мирового значения, сохранившей уникальные ресурсы планеты. Поэтому, с одной стороны, здесь необходимо создание современной стабильной рекреационно-туристской индустрии, а с другой – организация высокоэффективной сети природоохранных учреждений, особенно в пределах особо охраняемых территорий ЧАО. Все это налагает повышенную ответственность и создает дополнительные трудности в планировании мероприятий по созданию единой рекреационно-туристской системы Чукотки. Экологи-

ческий туризм здесь должен опираться прежде всего на выявление и использование богатейшего природного и историко-культурного потенциала этой территории; этнографического, социокультурного и ландшафтного ее разнообразия. Он должен способствовать сохранению и охране традиций, мемориальных мест, уникальных ландшафтов, памятников природы, истории и археологии, так как именно они являются основными объектами, способными заинтересовать туристов и привлечь внимание мирового сообщества к проблемам и нуждам населения региона.

Основные цели и задачи развития туризма на Чукотке:

1. Ознакомление мировой общественности с удивительным и мало известным районом, имеющим многочисленные памятники природы, истории и культуры.

2. Сохранение и развитие во всем разнообразии и гармонии уникального участка биосферы, являющегося ресурсной основой традиционного образа жизни, духовной культуры и межпоколенной преемственности коренных жителей Берингова пролива.

3. Развитие одной из немногих перспективных и экологически приемлемых отраслей экономики региона с превращением ее в мощный фактор социального развития.

4. Укрепление межнациональных связей народов Севера и их контактов с народами мира на основе экономического сотрудничества.

Работа выполнена в рамках госзадания Минобрнауки РФ (№ АААА-А16-116110810013-5) при частичной поддержке РФФИ (проект № 20-55-18010\20).

Литература и источники

1. Проект стратегии социально-экономического развития Чукотского автономного округа до 2030 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovanie_prostranstvennogo_razvitiya/strategii_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_subektov_rf/proekty_strategiy_subektov_rf/proekt_strategii_

socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_chukotskogo_avtonomnogo_okruga_do_2030_goda.html (дата обращения: 30.08.2021).

2. Саймингтон Э., Ле Невез К., Дэвис С. Барселона. М.: Эксмо, 2019. 272 с.

3. Love E. Remote Scandinavian hotels that will blow your mind. 2019. URL: https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/scandinavia/articles/remote-scandi-stays-hotels-nature/ (дата обращения: 20.10.2020).

4. Visit Norway. Green Travel. URL: https://www.visitnorway.com/plan-your-trip/green-travel/?lang=uk (дата обращения: 21.10.2020).

5. Хёг-Гульдберг О., Зеелер С. Национальная идентичность как движущая сила развития туризма: исследование Норвегии // Арктика и Север. 2021. № 42. С. 32–59.

6. Природные условия и ресурсы Чукотского полуострова / Н.К. Железнов-Чукотский, Н.А. Секретарева, Т.И. Астахова и др. М.: ГЕОС, 2003. 503 с.

7. Национальный парк Берингия – официальный сайт. URL: https://park-beringia.ru/ (дата обращения: 31.08.2021).

8. Экологический рейтинг субъектов РФ по итогам лета 2018 года. URL: http://ecopress.center/page3586539.html (дата обращения: 20.08.2021).

9. Бакланов П.Я., Мошков А.В., Романов М.Т. Пространственная дифференциация и трансформация видов экономической деятельности в северной зоне Дальнего Востока России // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2017. Т. 9. № 1. С. 39–49.

10. Власти и туроператоры рассказали, как развивается туризм на Чукотке. URL: https://tass.ru/v-strane/4735842 (дата обращения: 31.08.2021).

ПРОБЛЕМНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ВЫЯВЛЕННЫЕ В ХОДЕ МОНИТОРИНГА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА

PROBLEMATIC AREAS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION IDENTIFIED DURING THE MONITORING OF THE SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT MANAGEMENT SYSTEM

УДК 338.242.44

Т.В. Рассохина, *декан Факультета гостеприимства и туристской индустрии Московского филиала Российской международной академии туризма, канд. геогр. наук, доцент, rassohina@gmail.com*
г. Москва, Россия

T.V. Rassokhina, *Dean of the Faculty of Hospitality and Tourism Industry of the Moscow Branch of the Russian International Academy of Tourism, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, rassohina@gmail.com*
Moscow, Russia

Ключевые слова: устойчивое развитие туризма; управленческий процесс; мониторинг устойчивого развития туризма; туристская территория.

Keywords: sustainable development of tourism; management process; monitoring of sustainable development of tourism; tourist territory.

Рассматриваются основные направления управления устойчивым развитием туристских территорий. На основе результатов Мониторинга систем управления устойчивым развитием туризма регионов Российской Федерации выявлены основные проблемные области систем управления и даны рекомендации по реализации управленческих процессов.

© Рассохина Т.В., 2021

The article discusses the main directions of management of sustainable development of tourist areas. Based on the results of the monitoring of management systems for the sustainable development of tourism in the regions of the Russian Federation, the main problem areas of management systems have been identified and recommendations for the implementation of management processes have been given

В парадигме стратегирования устойчивого развития туризма контроль результатов реализации стратегии должен осуществляться широкой группой заинтересованных стейкхолдеров экосистемы туризма. Этим целям соответствует Мониторинг устойчивого развития туризма, предложенный нами ранее [4]. Внедрение механизмов устойчивого развития требует системности, всесторонности и последовательности в реализации и управлении данным процессом. Важнейшим инструментом контроля результатов реализации теории устойчивого развития территориальных туристско-рекреационных систем является Мониторинг устойчивого развития туристских дестинаций. При этом внедрение и успешное осуществление мероприятий по проведению Мониторинга требует создания специальной технологии и системы информационно-методической поддержки.

По результатам проведенных исследований нами предложна система индикаторов устойчивого развития туризма на территориях Российской Федерации, базирующаяся на критериях UNWTO, но при этом учитывающая требования, установленные нормативными актами Министерства экономического развития, Министерства культуры, Министерства здравоохранения и социального развития, Министерства образования Российской Федерации. Нами предложено 35 индикаторов состояния и 34 индикатора управления, разработанных на базе 39 критериев.

В июле-августе 2021 года Научно-исследовательской лабораторией Устойчивого развития туристских дестинаций Московского филиала РМАТ совместно с Комитетом по развитию устойчивого туризма Российского союза туриндустрии (РСТ) при поддержке Федерального агентства по туризму был проведен Мониторинг системы управления устойчивым развитием туризма в регионах Российской Федерации, в кото-

ром принял участие 71% субъектов Федерации. И процесс организации проведения Мониторинга выявил одну из важных проблем – слабость управленческой исполнительной дисциплины в вертикали исполнительной власти в сфере туризма. В табл. 1 отражена доля регионов в федеральных округах, принявших участие в исследовании. В основной период в ответ на письмо заместителя руководителя Федерального агентства по туризму ответы предоставили только 57% регионов. Особенно сложная управленческая ситуация выявлена в Северо-Кавказском федеральном округе.

Таблица 1

Управленческая дисциплина региональных органов управления

Федеральные округа	Количество регионов в округе	Доля регионов, принявших участие в Мониторинге, %		
		Первый этап (основной)	Второй этап (после напоминания)	Третий этап (после индивидуальных обзвонов)
РФ	85	57	–	71
Центральный ФО	18	66	77	94
Северо-Западный ФО	10	45	50	63
Южный ФО	8	50	62	62
Северо-Кавказский ФО	7	28	28	36
Приволжский ФО	14	42	78	78
Уральский ФО	6	30	50	83
Сибирский ФО	10	30	50	50
Дальневосточный ФО	11	36	54	54

В ходе исследования проводился самоанализ достижений органов управления туризмом регионов во внедрении основных управленческих процессов. Каждый индикатор Мониторинга оценивался по 10-балльной шкале: от 1 – «нет совсем, и даже не слышали про такое», до 10 – «есть уже несколько лет и в полной мере показывает свою эффективность». Оценка проводилась в соответствии с индикаторами по трем основным направлениям: «Стратегическое управление», «Социальное регулирование», «Экологическая ответственность».

При подведении итогов был осуществлен как итоговый рейтинг регионов, так и рейтинг по каждому из направлений. Сравнение рейтингового уровня позволяет выявить ключевые ведущие направления системы управления. На рис. 1 отражено сравнение итогового рейтинга на примере Центрального федерального округа и рейтинга по направлению «Управление».

Сравнительные рейтинги по основным направлениям устойчивого развития на примере Центрального федерального округа

Рейтинг ЦФО сводный итоговый		
1	г.Москва	8,571428571
2	Воронежская область	7,555555556
3	Ярославская область	7,333333333
4	Тульская область	7,257142857
5	Калужская область	7
6	Брянская область	6,333333333
7	Липецкая область	6,514285714
8	Смоленская область	5,857142857
9	Тверская область	5,714285714
10	Рязанская область	5,628571429
11	Московская область	5
12	Тамбовская область	4,666666667
13	Курская область	4,555555556
14	Владимирская область	4
15	Ивановская область	3,428571429
16	Орловская область	2,857142857
17	Костромская область	0,294117647
	Белгородская область	

Рейтинг ЦФО по направлению «Управление»		
1	г.Москва	8,571428571
2	Тульская область	7,257142857
3	Ярославская область	7,257142857
4	Липецкая область	6,514285714
5	Смоленская область	5,857142857
6	Тверская область	5,714285714
7	Рязанская область	5,628571429
8	Воронежская область	5,085714286
9	Калужская область	4,885714286
10	Московская область	4,857142857
11	Тамбовская область	4,857142857
12	Курская область	4,342857143
13	Ивановская область	3,428571429
14	Владимирская область	3,333333333
15	Орловская область	2,857142857
16	Брянская область	2,285714286
17	Костромская область	0,294117647

Рис. 1. Сравнительные итоговые рейтинги регионов Центрального федерального округа по направлению «Управление»

В ходе анализа выявлено выраженное отставание Брянской, Калужской и Воронежской областей в формировании

механизмов выработки и реализации политики в области устойчивого развития.

Анализ соотношения итогового рейтинга и рейтинга по уровню создания условий для проявления социальных факторов выявил регионы, в которых именно социальная политика является основным направлением устойчивого развития (рис. 2). К таким регионам относятся Ивановская и Липецкая области. И явно проявились проблемы у Орловской и Костромской областей, в которых сниженная готовность к решению социальных проблем привела и к общему низкому рейтингу.

Сравнительные рейтинги по основным направлениям устойчивого развития на примере Центрального федерального округа

Рейтинг ЦФО сводный итоговый		
1	г.Москва	8,571428571
2	Воронежская область	7,555555556
3	Ярославская область	7,333333333
4	Тульская область	7,257142857
5	Калужская область	7
6	Брянская область	6,583333333
7	Липецкая область	6,514285714
8	Смоленская область	5,857142857
9	Тверская область	5,714285714
10	Рязанская область	5,628571429
11	Московская область	5
12	Тамбовская область	4,666666667
13	Курская область	4,555555556
14	Владимирская область	4
15	Ивановская область	3,428571429
16	Орловская область	2,857142857
17	Костромская область	0,294117647

Рейтинг ЦФО сводный по показателям социального характера		
1	г.Москва	10
2	Воронежская область	9,916666667
3	Липецкая область	8,166666667
4	Калужская область	8
5	Ярославская область	8
6	Тульская область	7,916666667
7	Смоленская область	7,25
8	Рязанская область	6,666666667
9	Брянская область	6,583333333
10	Ивановская область	6,25
11	Тверская область	6,166666667
12	Владимирская область	5,666666667
13	Московская область	5,5
14	Курская область	4,666666667
15	Тамбовская область	4,666666667
16	Орловская область	2,666666667
17	Костромская область	0,333333333

Рис. 2. Сравнение итогового рейтинга и рейтинга по уровню создания условий для проявления социальных факторов развития

Анализ результатов регионов по показателям экологического характера при общем относительно невысоком среднем балле выявил высокую заинтересованность в решении этих проблем в Воронежской, Калужской и Брянской областях (рис. 3).

Сравнительные рейтинги по основным направлениям устойчивого развития на примере Центрального федерального округа

Рейтинг ЦФО итоговый		
1	г.Москва	8,571428571
2	Воронежская область	7,555555556
3	Ярославская область	7,333333333
4	Тульская область	7,257142857
5	Калужская область	7
6	Брянская область	6,583333333
7	Липецкая область	6,514285714
8	Смоленская область	5,857142857
9	Тверская область	5,714285714
10	Рязанская область	5,628571429
11	Московская область	5
12	Тамбовская область	4,666666667
13	Курская область	4,555555556
14	Владимирская область	4
15	Ивановская область	3,428571429
16	Орловская область	2,857142857
17	Костромская область	0,294117647

Рейтинг ЦФО по показателям экологического характера		
1	Воронежская область	7,555555556
2	Ярославская область	7,333333333
3	Брянская область	7
4	Калужская область	7
5	г.Москва	7
6	Липецкая область	6,444444444
7	Тульская область	5,666666667
8	Московская область	5
9	Тамбовская область	4,666666667
10	Смоленская область	4,666666667
11	Курская область	4,555555556
12	Тверская область	4,333333333
13	Рязанская область	4,111111111
14	Владимирская область	4
15	Ивановская область	3
16	Орловская область	3
17	Костромская область	2,7

Рис. 3. Сравнение итогового рейтинга и рейтинга по показателям экологического характера

В ходе мониторинга были выявлены основные типовые проблемы, наиболее ярко проявившиеся в большинстве регионов (табл. 2).

Таблица 2

Наиболее проблемные области системы управления

Области оценки	Средний балл
I.5 Адаптация к процессам изменения климата. I.5.y1 Наличие специального исследования по стратегическому прогнозу устойчивости и надежности дестинации перед лицом потенциальных изменений	2,4
I.12 Безопасность туристов. I.12.y1 Наличие специализированного исследования вопросов обеспечения безопасности туристов (не старше трех лет)	3,2

Окончание табл. 2

Области оценки	Средний балл
I.15 Поддержка предприятий туризма. I.15.y1 Наличие специальных субсидий (грантов) для малых и средних предприятий туриндустрии	3,1
III.9 Местная транспортировка. III.9.y1 Наличие программы субсидирования лизинга экологичного транспорта	1,2
III.11 Сохранение биологической вариативности, экосистем и ландшафтов. III.11.y1 Наличие специальной политики (стратегии) в сфере сохранения окружающей среды с обозначением роли туризма в этом процессе	2,7

При восстановлении национальный туризм сталкивается не только с экономическими и санитарно-эпидемиологическими проблемами, но и организационно-производственными – меняются психология, мотивация и приоритеты потребителей туристского продукта. В этих условиях актуальными станут перспективные направления научных исследований в области разработки и реализации региональных и муниципальных стратегий, программ и проектов развития внутреннего и въездного туризма в условиях экосистемного партнерского взаимодействия на принципах устойчивого развития.

Литература и источники

1. Институты формирования нового качества экономического роста / Н.А. Симченко, С.Ю. Цёхла, Р.М. Нижегородцев и др. Симферополь: Антиква, 2018. 171 с.

2. Полухина А.Н. Перспективы устойчивого развития сферы туризма: инновационные подходы и модели (sharing-экономика) // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. 2020. № 1. С. 77–80.

3. Пранов Б.М., Рассохина Т.В., Ронжина И.А. Моделирование экономико-управленческих аспектов устойчивого развития на региональ-

ном уровне посредством многомерного статистического анализа: монография. М.: Дело, 2019. 190 с.

4. Рассохина Т.В. Технология мониторинга устойчивого развития туристских дестинаций посредством оценки индикаторов управления и состояния // Сервис plus. 2018. Т. 12. № 2. С. 54–64.

5. Chkalova O., Efremova M., Lezhnin V., Polukhina A., Sheresheva M. Innovative mechanism for local tourism system management: a case study // Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2019. Vol. 6. No 4. P. 2052–2067.

6. The conceptual basis of the tourism and hospitality industry's development / E.E. Konovalova, E.V. Yudina, Yu.M. Lagusev и др. // Journal of Environmental Management and Tourism. 2019. Vol. 10. No 4 (36). Pp. 864–868.

РЕЗОЛЮЦИЯ
XVI Международной научно-практической конференции
“Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования”

РЕЗОЛЮЦИЯ

XVI Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования»

Современные тенденции развития мирового туризма и политика государств в этой отрасли вызывают повышенный интерес со стороны потенциальных потребителей туристских услуг, субъектов туристской деятельности, ученых в сфере экономики, а также государственных органов разных стран в сфере регулирования и развития туризма. Поскольку международная индустрия туризма является одним из важнейших экономических секторов, она влияет на экономическое, культурное и социальное развитие регионов и стран мира.

Индустрия туризма входит в число наиболее пострадавших от коронавирусных ограничений секторов экономики. По оценке Правительства РФ, за последние полтора года недополученные доходы туриндустрии составили не менее 1,5 трлн рублей. Зарубежные турпоездки сократились на 77,5%, тогда как поездки по России – на 39%.

В самом начале пандемии на туризме фактически ставили крест: в условиях полного ограничения на перемещения считали, что туризм окажется чуть ли не последней отраслью, которая начнет восстанавливаться.

В результате туризм оказался в зоне внимания: в нем внезапно увидели точку роста экономики многих регионов. В России в 2021 году появился Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», и именно в этот год было решено пересмотреть отношение к инфраструктуре регионов. При восстановлении национальный туризм сталкивается не только с экономическими и санитарно-эпидемиологическими проблемами, но и с организационно-производственными –

меняются психология, мотивация и приоритеты потребителей туристского продукта.

Для развития внутреннего туризма необходимо развивать туристские кластеры с доступными средствами размещения, ресторанами, кафе, досуговыми и развлекательными центрами для различных категорий путешественников. Требуется высокий уровень онлайн-сервисов, автоматизация продаж, бесконтактный сервис в сети Интернет и через мобильные устройства. Туристские территории должны обеспечить условия для увеличения количества дифференцированных средств размещения, предприятий питания, досуговых и развлекательных центров для различных категорий путешественников и для нишевых видов туризма.

Для реабилитации больных после пандемии, для поколения 65+ и маломобильных граждан возникает острая потребность в развитии лечебно-оздоровительного туризма, сельского туризма и создания экологических маршрутов, формировании малых средств размещения и загородных отелей. При выборе места отдыха современного цифрового туриста интересуют уровень логистической доступности, телекоммуникаций, связанности территорий, наличие точек питания, проката и сервисных услуг.

Развитие туристской индустрии в Российской Федерации и научно-технический прогресс вносят качественные изменения в процесс подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в сфере туристской деятельности. В то же время одной из причин недостаточного уровня профессиональной подготовки туристских кадров в нашей стране является слабая разработанность теоретических основ организации повышения квалификации российских специалистов, в том числе за рубежом, в первую очередь преподавателей дисциплин туристского профиля и студентов высших учебных заведений – будущих работников туриндустрии.

По итогам обсуждения докладов пленарного заседания и выступлений на секциях участники XVI Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация:

фундаментальные и прикладные исследования» (далее – Конференция) приняли следующую резолюцию:

1. Отметить разнообразие, глубину и масштабность научных исследований в сфере туризма, гостеприимства и рекреации, осуществляемых научно-образовательным сообществом Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Российской международной академии туризма, Сочинского государственного университета, Балтийской академии туризма и предпринимательства и других научно-образовательных организаций во взаимодействии с Национальной академией туризма, Русским географическим обществом, Российским союзом туриндустрии и Федеральным агентством по туризму.

2. Признать актуальными следующие перспективные направления и цели научных исследований и в целом деятельности научно-образовательного сообщества в контексте развития туризма и рекреации в Российской Федерации:

- концептуальные подходы к исследованию туристско-рекреационного потенциала формирующихся новых туристских территорий, кластеров и дестинаций;
- повышение квалификации и переподготовка научно-педагогических работников вузов по использованию цифровых технологий в обучении и в туризме, по специфике развития детского туризма;
- разработка новых технологий цифровой дидактики для подготовки специалистов в сфере туризма;
- разработка и реализация региональных и муниципальных стратегий, программ и проектов развития внутреннего и въездного туризма в условиях экосистемного партнерского взаимодействия на принципах устойчивого развития;
- организация и проведение туристско-рекреационной экспертизы программ и проектов в сфере туризма;
- совершенствование системы оценки качества туристских услуг с целью повышения конкурентоспособности российского туристского продукта на внутреннем и международном рынках;

• развитие дифференцированных нишевых туристских и гостиничных продуктов, поддерживающих развитие этнографического, промышленного туризма, глэмпинг-туризма, «зеленого» туризма, геотуризма и иных видов туризма, обеспечивающих положительную динамику внутреннего и въездного турпотоков и повышение качества жизни местного населения;

• оценка и моделирование влияния туризма на природные системы;

• оценка эпидемической опасности рекреационных ландшафтов;

• разработка принципов и механизмов цифровой трансформации в рекреации и туризме и формирование цифровых платформ экономики совместного потребления;

• разработка и внедрение механизмов реализации экологичных и ответственных процессов и технологий на предприятиях всех секторов туристской индустрии;

• оценка рисков и негативных последствий деятельности туристов и туристской индустрии в условиях климатических, социально-культурных и политически изменений;

• объединение усилий ведущих образовательных учреждений в подготовке специалистов по единому перечню программ;

• создание прецедента глобального взаимодействия турбизнеса с образовательными учреждениями и органами исполнительной власти в сфере туризма в России;

• составление реестра природных территорий и природных достопримечательностей с привязкой к геосистемам навигации и размещение данного образовательного ресурса на портале Русского географического общества;

• обобщение теоретических исследований Национальной академией туризма для восстановления аксиом и констант развития детского туризма на территории РФ на новом диалектическом витке перед лицом новых угроз духовной безопасности российских детей с учетом исторического опыта

(мирового и отечественного, включая богатый опыт СССР в этом направлении).

3. Одобрить итоги Конференции.

Участники Конференции выражают уверенность, что состоявшийся обмен мнениями по актуальным научным проблемам послужит конструктивной основой для дальнейшего развития туризма и туристского образования в России.

Научное издание

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ
фундаментальные и прикладные исследования

Материалы
XVI Международной
научно-практической конференции

Московская область, г.о. Химки
5 октября 2021 г.

Ответственный за выпуск *Е.А. Семина*
Редактор *Ю.И. Носырева*
Компьютерная верстка *О.Л. Кувшинова*

Подписано в печать 24.12.2021.
Формат 60×90/16. Усл. печ. л. 44,125. Тираж 500 экз.

Российская международная академия туризма
141420, Московская обл., г.о. Химки, мкр-н Сходня,
ул. Октябрьская, 10, тел.: (495) 574-22-88
rio_rmat@mail.ru

Отпечатано в типографии «Паблит»
127081, г. Москва, ул. Полярная, 31В, стр. 1,
тел. 8 (495) 230-20-52
info@publitprint.ru
https://publitprint.ru/contacts