

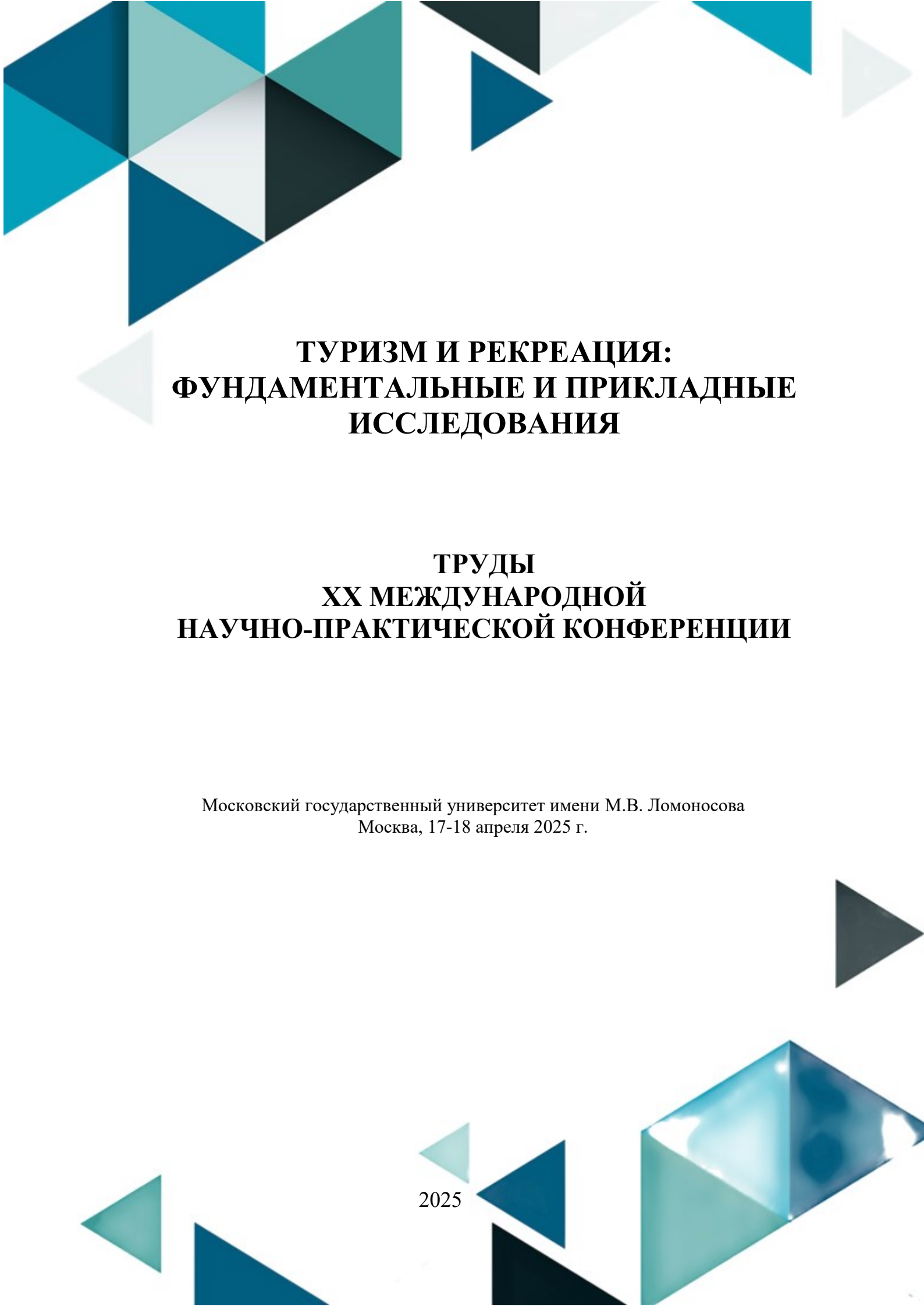


**ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:  
ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ**

**ТРУДЫ  
XX МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Москва, 17-18 апреля 2025 г.

2025



Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Российская академия наук  
Русское географическое общество  
Российский союз туриндустрии  
Национальная академия туризма  
Российская международная академия туризма  
Научно-образовательный консорциум «Устойчивый туризм»  
Институт комплексного развития регионов  
Академия современного образования

# **ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

## **ТРУДЫ XX МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Москва, 17-18 апреля 2025 г.

### ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Российская академия наук  
Русское географическое общество  
Российский союз туриндустрии  
Национальная академия туризма  
Российская международная академия туризма  
Научно-образовательный консорциум «Устойчивый туризм»  
Институт комплексного развития регионов  
Академия современного образования

### КОНФЕРЕНЦИЯ ПРОВЕДЕНА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации  
Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации  
Министерства экономического развития Российской Федерации  
Торгово-промышленной палаты Российской Федерации

### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Власова Тамара Ильинична** – президент Национальной академии туризма, ректор Балтийской академии туризма и предпринимательства, профессор, доктор педагогических наук.

**Добролюбов Сергей Анатольевич** – академик Российской академии наук, декан географического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, профессор, доктор географических наук.

**Кружалин Виктор Иванович** – вице-президент Национальной академии туризма, заместитель председателя комиссии по развитию туризма Российского географического общества, заведующий кафедрой рекреационной географии туризма географического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор.

**Константиныди Христофор Александрович** – руководитель Международного аналитического центра устойчивого развития туризма Российского университета дружбы народов, председатель Комитета устойчивого туризма Делового центра СНГ, эксперт РАН, доктор экономических наук.

**Трофимов Евгений Николаевич** – ректор Российской международной академии туризма, доктор политических наук, профессор.

**Шпилько Сергей Павлович** – почетный президент Российского союза туриндустрии, кандидат экономических наук, доцент.

### РЕЦЕНЗЕНТЫ

**Зырянов Александр Иванович** – заведующий кафедрой туризма Пермского государственного национального исследовательского университета, профессор, доктор географических наук.

**Мажар Лариса Юрьевна** – главный научный сотрудник Смоленского научно-образовательного центра, доктор географических наук.

---

**Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования:** Труды XX Международной научно-практической конференции. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет, 17-18 апреля 2025 г. – Майкоп: ЭлИТ, 2025. – 336 с. Электрон. дан. (1 файл pdf). ISBN 978-5-6054009-1-2. EDN: WJNWNr.

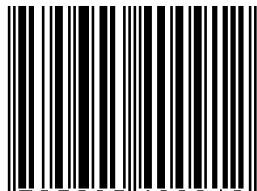
Режим доступа: <https://elibrary.ru/wjnwnr>

Режим доступа: <https://35238fab-18cf-4da5-93df-07d011c23c1a.selstorage.ru/978-5-6054009-1-2.pdf>

Издается под общей редакцией доктора географических наук, профессора **В.И. Кружалина**  
Составитель и ответственный редактор – **А.Г. Сарафанова**

УДК 001+005+330+332+338+339+347+378+379+470+502+551+571+620+728+908+910+911  
ББК 65.43

ISBN 978-5-6054009-1-2



9 785605 400912 >

© МГУ имени М.В. Ломоносова, 2025

© Оформление электронного издания

ООО «ЭлИТ», 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

### СЕКЦИЯ 1. «ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА».....7

**Кружалин В.И., Никанорова А.Д., Шабалина Н.В.**

Географические технологии освоения туристского пространства и устойчивого развития туристско-рекреационной деятельности .....7

**Квинт В.Л., Чхотуа И.З.**

От становления системы преподавания теории стратегии и методологии стратегирования в России и странах СНГ до реализации проектов по разработке международных, национальных и региональных стратегий.....14

**Аигина Е.В.**

Развитие въездного туризма в РФ: вызовы и перспективы .....23

**Белякова Н.Ю.**

Побратимство городов как инструмент маркетинга дестинаций: организационное и кадровое измерение.....29

**Будаева Д.Г., Ботоева Н.Б., Дымбрылова С.Б., Масличенко А.С.**

Специфика и порядок организации фестиваля «Снежная открытка» на ледовой поверхности озера Байкал .....35

**Гладкевич Г.И.**

Социально-экономический потенциал регионов как фактор развития туризма .....42

**Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И.**

Туристские трансформации рубежа времен .....52

**Голубчиков Ю.Н.**

Последствия коттеджной рекреации для подмосковного ландшафта и туризма (на примере городского округа Истры) .....59

**Дорофеев А.А.**

Экотуризм: термин, понятие и зонтичное определение .....67

**Казакевич Т.А.**

Детский туризм в России – стратегический образовательный ресурс .....76

**Коньшев Е.В.**

Структуризация туристско-рекреационного пространства .....82

**Мечковская О.А.**

Конструирование туристского образа региона методами географической науки .....88

**Назаров И.С., Подобед Е.А.**

Перспективы развития экологического туризма в Донском Белогорье .....95

**Подобед Е.А.**

Воронежский государственный природный биосферный заповедник имени В.М. Пескова как центральный объект экологического туризма Воронежской области .....101

**Славнецкова Л.В., Алексеева О.С.**

Развитие промышленного туризма в Саратовской области как перспективного туристического направления .....109

**Суранова О.А.**

Влияние цифровизации на структуру занятости в сфере предоставления услуг размещения в туризме ..117



|                                                                                                                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>СЕКЦИЯ 2. «ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ»</b> .....                                                                         | 122 |
| <b>Анисимова Т.Р., Хворостова А.К.</b><br>Туристско-рекреационные ресурсы и актуальные тенденции развития туризма .....                                                 | 122 |
| <b>Богатырева Л.Г.</b><br>Особые экономические зоны как объект туристской индустрии .....                                                                               | 129 |
| <b>Брель О. А., Кайзер Ф. Ю.</b><br>Анализ национального туристского маршрута «Горная Шория. К детям тайги» Кемеровской области – Кузбасса .....                        | 134 |
| <b>Бутузов А.Г.</b><br>Тенденции и перспективы развития этнокультурных путешествий в неоцененных туристских регионах Российской Федерации.....                          | 140 |
| <b>Калюжнова Н.Я., Широколобова Г.В.</b><br>Модульные средства коллективного размещения и глэмпинги – современное направление развития региональных рынков туризма..... | 146 |
| <b>Коваленко В.В., Коваленко Н.В., Давыдова Л.А.</b><br>Развитие основных всесезонных, туристско-рекреационных комплексов России на примере Северного Кавказа.....      | 152 |
| <b>Красавцев И.В., Хусаинова Е.С.</b><br>Цели устойчивого развития ООН как стратегический инструмент повышения конкурентоспособности туризма Вологодской области .....  | 158 |
| <b>Макаренко В.С., Зинина П.А.</b><br>Перспективы оптимизации сервисной составляющей потенциального устойчивого развития туризма в Ростовской области .....             | 162 |
| <b>Макаренко В.С., Чернова С.А.</b><br>Специфика развития научно-популярного туризма на базе высших заведений .....                                                     | 168 |
| <b>Нефедова Л.В., Рафикова Ю.Ю., Соловьев Д.А.</b><br>Возможности и ограничения использования ВИЭ в ООПТ арктической зоны РФ .....                                      | 173 |
| <b>Нефедова Л.В., Рафикова Ю.Ю.</b><br>Энергообеспечение рекреационных территорий ЮФО с использованием возобновляемых источников энергии.....                           | 180 |
| <b>Никитина О.Н.</b><br>Традиционная культура как ресурс для развития этнотуризма (на примере Удмуртской Республики) ...                                                | 188 |
| <b>Приходько Т.П.</b><br>Проблемы и перспективы развития медицинского туризма в российских регионах .....                                                               | 195 |
| <b>Розанова Л.Н., Садыкова Э.Р., Кулягина Н.Г.</b><br>Туризм в парадигме устойчивого развития: опыт Республики Татарстан.....                                           | 201 |
| <b>Сарафанова А.Г. Сарафанов А.А.</b><br>Туризм в контексте устойчивого развития территории .....                                                                       | 207 |
| <b>Семенова Н.М.</b><br>Туристско-рекреационные предпочтения гостей и жителей г. Томска.....                                                                            | 212 |
| <b>Цырендоржиева С.В., Цыденова С.С.</b><br>Этнический туризм в Бурятии.....                                                                                            | 218 |
| <b>Яркова Д.И.</b><br>Реализация принципов устойчивого туризма в моногородах арктической зоны РФ .....                                                                  | 224 |

|                                                                                                                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>СЕКЦИЯ 3. «ОБРАЗОВАНИЕ И ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ<br/>ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА»</b>                                                                        | 232 |
| <b>Анкушина Н.Ю.</b><br>Формирование ценностно-ориентированной модели компетенций                                                                                    | 232 |
| <b>Арифиллин М.В.</b><br>Отечественная система подготовки кадров для туристско-гостиничной индустрии:<br>становление, достижения, функционирование в новых реалиях   | 237 |
| <b>Высоканова Ю.А.</b><br>Направления индустриального партнерства вуза и туристической компании<br>на рынке внутреннего туризма                                      | 242 |
| <b>Гареев Р.Р.</b><br>Организация производственных практик студентов в предприятиях гостиничного бизнеса<br>и сферы туризма: проблемы и решения                      | 247 |
| <b>Козырева И.В.</b><br>Управление карьерой молодых специалистов как инструмент подготовки профессиональных кадров<br>в сфере гостеприимства                         | 252 |
| <b>Серова О.В., Лифанова И.В., Шагиева Р.Р., Рахматуллина А.Р.</b><br>Практико-ориентированный подход в системе образования туристско-краеведческой направленности   | 261 |
| <b>Титова Н.С., Цыганов М.В., Цыганов А.В., Андропова (Цыганова) Н.В.</b><br>Коммуникация 2.0: нейронаука и искусственный интеллект в туристическом обучении         | 267 |
| <b>СЕКЦИЯ 4. «СОЦИАЛЬНО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ»</b>                                                                                                     | 272 |
| <b>Громова Е.И., Терентьева В.И.</b><br>«Геном территории» — основа целостного развития                                                                              | 272 |
| <b>Крузе Ю.Л.</b><br>Исследовательские форматы в формировании туристических предложений                                                                              | 281 |
| <b>Скобельцына А.С.</b><br>Особенности турпродукта для туристов из Индии                                                                                             | 290 |
| <b>СЕКЦИЯ 5. «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО<br/>И МИРОВОГО ТУРИЗМА»</b>                                                                                | 296 |
| <b>Виноградов П.А.</b><br>Современные подходы к сохранению исторического наследия в сельской местности: китайский опыт                                               | 296 |
| <b>Жигарева М.И.</b><br>Характеристика современных факторов, влияющих на развитие туристского пространства                                                           | 301 |
| <b>Козик В.М.</b><br>Использование потенциала народных художественных промыслов для развития туризма в Российской<br>Федерации                                       | 306 |
| <b>Красавцев И.В.</b><br>Мастер-планирование в приграничных регионах: инструмент повышения конкурентоспособности<br>туризма (на примере Латгале, Латвия)             | 314 |
| <b>Лосева Е.С., Зевеке О.Ю.</b><br>Цифровые инструменты продвижения гостиничного бизнеса: влияние онлайн-каналов на устойчивое<br>развитие туризма в регионах России | 318 |
| <b>Мельник А.А., Меркушова К.Р., Шабалина Н.В.</b><br>Гастрономический и винный туризм в эпоху устойчивого развития: новые тренды и перспективы                      | 323 |

|                                                                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Пирогова Н.С., Чернышева П.А., Валькова Т.М.</b>                                                                             |     |
| Факторный анализ развития туризма на труднодоступных территориях России .....                                                   | 328 |
| <b>Савченко Н.О., Кружалин В.И.</b>                                                                                             |     |
| Санаторно-курортная деятельность как фактор развития лечебно-оздоровительного туризма.....                                      | 335 |
| <b>Усачева А.В.</b>                                                                                                             |     |
| Перспективы промышленного туризма в юго-западной части Свердловской области .....                                               | 342 |
| <b>Фомин С.В., Зайцева Н.А.</b>                                                                                                 |     |
| Статистическая оценка влияния качества сервиса на лояльность туристов, путешествующих<br>с профессионально-деловыми целями..... | 350 |

**СЕКЦИЯ 1.  
«ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА  
РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА»**

УДК 379.85

**ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ОСВОЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА И  
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Кружалин В.И.**, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, вице-президент Национальной академии туризма, д-р геогр. наук, профессор, [v.kruzhalin@gmail.com](mailto:v.kruzhalin@gmail.com)

**Никанорова А.Д.**, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, канд. геогр. наук, [Alexandra.nikanorova@gmail.com](mailto:Alexandra.nikanorova@gmail.com)

**Шабалина Н.В.**, доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, канд. геогр. наук, [natshab@yandex.ru](mailto:natshab@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье дается научное обоснование развития географических технологий в туризме. Рассмотрены фундаментальные научные подходы к освоению туристского пространства и выявлены основные черты формирования научной школы туристско-рекреационных исследований, преемниками которой является кафедра рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. Представлен перечень основных направлений деятельности кафедры и дано обоснование перспективного направления исследований по внедрению географических технологий в научно-методическое сопровождение развития туризма и рекреации. Географические технологии описаны с точки зрения теоретической, методической и практической основы внедрения для устойчивого развития туристских территорий.

**Ключевые слова:** географические технологии, геоинформационные технологии, устойчивое развитие туризма.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

**GEOGRAPHICAL TECHNOLOGIES FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST SPACES AND  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM AND RECREATIONAL ACTIVITIES**

**Kruzhalin V.I.**, Head of the Department of Recreation Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Vice-president of the National Academy of Tourism, Doctor of Geographic Sciences, Professor

**Nikanorova A.D.**, Senior Researcher, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Shabalina N.V.**, Associate Professor, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** The article provides a scientific rationale for the development of geographical technologies in tourism. Fundamental scientific approaches to the development of tourist spaces are considered,

*and the main features of the formation of a scientific school of tourism and recreational studies are identified, whose successors are represented by the Department of Recreational Geography and Tourism at the Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University. The main areas of activity of the department are presented, and the prospects for research in the implementation of geographical technologies for the scientific and methodological support of tourism and recreation development are substantiated. Geographical technologies are described from the theoretical, methodological, and practical perspectives for their implementation in the sustainable development of tourist areas*

**Keywords:** *geographical technologies, geoinformation technologies, sustainable tourism development.*

**Acknowledgments:** *The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.*

## Введение

Мировой и национальный опыт развития туризма определяют тренд на научно-обоснованный подход к освоению туристского пространства. Реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2021-2024 гг. с учетом государственных подходов, заложенных в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г., государственной программе «Развитие туризма» и других нормативно-правовых актах, показали востребованность социально-экономических, эколого-географических, туристско-рекреационных методов исследований. Особенно ярко этот тренд проявился при разработке мастер-планов макротерриторий развития туризма, в которых была предпринята попытка отразить комплексный системный подход к территориальному планированию туристско-рекреационной деятельности на межрегиональном и региональном уровнях<sup>1</sup>. На муниципальном уровне также наблюдалась необходимость к научно-обоснованным подходам по проведению туристско-рекреационных экспертиз территорий для выявления потенциальных направлений развития туризма с учетом туристского потенциала территорий. Повсеместно внедряются комплексные подходы к устойчивому развитию, активно разрабатываются системы мониторинга и управления процессами с использованием геоинформационных технологий. Таким образом эволюция практических подходов к развитию туризма продемонстрировала за короткий пятилетний период сближение с теоретико-методологическими подходами, которые развиваются в рамках научной школы Географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова на протяжении нескольких десятков лет.

В 2025 г. в рамках обобщения накопленного научного и практического опыта и определения приоритетных фундаментальных направлений научной деятельности кафедры рекреационной географии и туризма предложено направление работы, связанное с научно-методическим обоснованием и внедрением в практическую деятельность географических технологий освоения туристско-рекреационного пространства. В данной статье на основе исследований эволюции научных подходов к освоению туристского пространства, анализа используемых географических научных методов предложены концептуальные рамки обоснования необходимости формирования понятия географических технологий, методических подходов их использования в туристско-рекреационной деятельности.

Актуальность данной работы связана также с формированием государственных принципов и подходов к управлению научной деятельностью, в которых особое внимание уделяется технологичности и междисциплинарности научных исследований. Это отражено в Указе Президента Российской Федерации от 18.06.2024 г. № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий» [1], указе Президента Российской Федерации от 28.02.2024 г. № 145 «О Стратегии научно-

<sup>1</sup> Туристические схемы, разработанные по поручению Правительства Российской Федерации в соответствии с государственной программой «Развитие туризма» и национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства». Заказчиком проекта выступило Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <https://vzb.rf/turisticheskie-skhemu/>

технологического развития Российской Федерации» [2], а также Приказе Минобрнауки РФ от 06.02.2023 N 107 «Об утверждении Порядка определения уровней готовности разрабатываемых или разработанных технологий» [3].

### Развитие фундаментальных научных подходов к освоению туристского пространства

Научные подходы к освоению туристского пространства прошли значительную эволюцию, отражая изменения в методологии, объектах исследования и ключевых проблемах. В таблице 1 представлены пять периодов, каждый из которых характеризуется уникальными чертами.

Таблица 1. Этапы развития фундаментальных научных подходов к освоению туристского пространства

| Период, годы    | Ключевые подходы                                                  | Объект исследования                                         | Методы                                                            | Примеры                                                           | Ключевые проблемы                                                             |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1950-1970 гг.   | Ресурсный                                                         | Компоненты природного комплекса                             | Ресурсный (природно-ориентированный)                              | Природные и культурно-исторические ресурсы                        | Изменение природных комплексов в результате туристско-рекреационного освоения |
| 1970–1990 гг.   | Системный                                                         | Территориальная рекреационная система                       | Районирование, расчет рекреационной емкости                       | Нацпарк «Татры» (Польша/Словакия), Куршская коса (СССР)           | Недостаток данных для территориального моделирования                          |
| 1990-2000 гг.   | Устойчивое развитие, адаптационный, социокультурный подход        | Человек-общество-природа                                    | Сертификация (Green Key, Blue Flag), социологические исследования | Программа «Голубой флаг» (ЕС), сельский туризм в Тоскане (Италия) | Глобализация и локальная идентичность                                         |
| 2000-2014 гг.   | Комплексный, устойчивое развитие, Цифровой (Smart Tourism)        | Большие данные, интернет вещей, AI, туристские потоки       | ГИС и ДЗЗ (спутниковый мониторинг) Big Data                       | Умный город Барселона (Испания); Цифровизация Алтая (Россия)      | Кибербезопасность, проблемы достоверности статистических данных               |
| 2015-по н/время | Комплексное устойчивое развитие территорий, регенеративный подход | Устойчивость к изменениям климата, восстановление экосистем | ИИ для прогнозирования и моделирования, Циркулярная экономика     | Carbon-neutral отели (Скандинавия), Проект «Зеленый Алтай»        | Глобальные экологические изменения, ресурсдефицит                             |

Источник: составлено авторами

**1950 – 1970 гг. Ресурсный подход:** основное внимание уделялось природным ресурсам как основе туристского освоения. Ученые исследовали влияние туризма на природные комплексы, разрабатывали методы оценки их рекреационного потенциала. Значительный вклад был внесен в изучение природных территорий и их устойчивое использование.

**1970 – 1990 гг. Системный подход:** период характеризуется переходом к системному анализу, где рекреационные территории рассматривались как сложные системы. Разрабатывались методы районирования и оценки рекреационной емкости, что позволяло более эффективно планировать туристское освоение.

**1990 – 2000 гг. Устойчивое развитие и социокультурный подход:** акцент сместился на устойчивое развитие и социокультурные аспекты туризма. Исследовались взаимодействие общества и природы, разрабатывались методы сертификации и социологические инструменты для оценки туристского воздействия.

**2000 – 2014 гг. Комплексный и цифровой подход (Smart Tourism):** с развитием технологий появились новые методы анализа туристского пространства, такие как ГИС и Big Data.



Александрова и другие ученые изучали возможности цифровизации для управления туристскими потоками и устойчивого развития территорий.

**2015 – по н.вр. Комплексное устойчивое развитие и регенеративный подход:** современный период ориентирован на решение глобальных социально-экономических и экологических проблем. Регенеративный подход, включая восстановление экосистем и внедрение «зеленой» экономики стал ключевым направлением исследований. Развиваются методы прогнозирования с использованием ИИ и других инновационных технологий.

Таким образом эволюция научных подходов к освоению туристского пространства демонстрирует переход от узконаправленного ресурсного анализа к комплексным, устойчивым и технологически обоснованным методам. Научная школа МГУ внесла значительный вклад в каждый из этих этапов, обеспечивая теоретическую и методологическую базу для современных исследований.

Кафедра рекреационной географии и туризма стала преемником сформированной научной школы. За двадцатилетний период работы фундаментальные научные исследования были представлены следующими направлениями:

- 1) 2006-2010 гг. «Территориальная организация туристско-рекреационных систем: природные, социальные, экономические закономерности и тенденции изменений в XXI в.»;
- 2) 2011-2015 гг. «Концепции, модели и методы изучения устойчивого развития глобальных и региональных туристско-рекреационных систем»;
- 3) 2015 – 2020 гг. «Функционирование и трансформация территориальных туристско-рекреационных систем»;
- 4) 2021-2025 гг. «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации».

Кафедральные исследования характеризуются междисциплинарностью, реализовывались на стыке востребованных направлений деятельности по преобразованию окружающего пространства. Одной из главных научных задач кафедры является развитие географической науки как комплексной единой географии и ее сближение со всеми естественными, общественными и гуманитарными направлениями, направленными на обеспечение функционирования туристско-рекреационного комплекса и туристского освоения территорий. Посредством развития и внедрения географических технологий происходит синтез научных знаний и прикладных методик, направленных на устойчивое развитие туризма и реализацию задач национального проекта «Туризм и гостеприимство».

### **Обоснование и перспективы использования географических технологий в туризме**

Географические технологии представляют собой совокупность методов, инструментов и подходов, основанных на геосистемном, пространственном анализе, прогнозировании и моделировании. В туризме они могут использоваться для планирования комплексного освоения и устойчивого развития туристско-рекреационных территорий, мониторинга туристско-рекреационной деятельности. Термин «географические технологии» редко встречается в российской и зарубежной литературе, чаще используется в контексте геоинформационных систем (ГИС) или геоинформационных технологий. Одна из наиболее близких концепций, приближающаяся к внедрению географических технологий, – это концепция «Цифровой Земли» («Digital Earth») Альберта Гора как глобальной платформы для географических данных [8]. Важно отметить, что географические технологии необходимо понимать шире, чем ГИС, так как они включают не только цифровые инструменты, но и методические подходы, разрабатываемые на основе классических географических методов (например, оценка рекреационной емкости, экологических нагрузок на территорию, социально-экономический анализ территории и пр.).

Место и значение географических технологий в туризме представлено на рисунке 1. Подход по их внедрению в туристскую деятельность базируется на нескольких теоретических концепциях:

- 1) Геосистемный подход: рассмотрение туристских территорий как сложных систем, где природные, социальные, экономические и пр. компоненты взаимосвязаны.
- 2) Устойчивое развитие: интеграция экологических, социальных и экономических аспектов для минимизации антропогенного воздействия и бережного использования ресурсов.

3) Центр-периферийная модель: анализ пространственной организации туризма, включая ядра развития (кластеры) и их взаимодействие с периферийными территориями.

4) Цифровая трансформация: использование геоинформационных технологий, искусственного интеллекта и методов анализа больших данных для моделирования и прогнозирования туристских потоков.

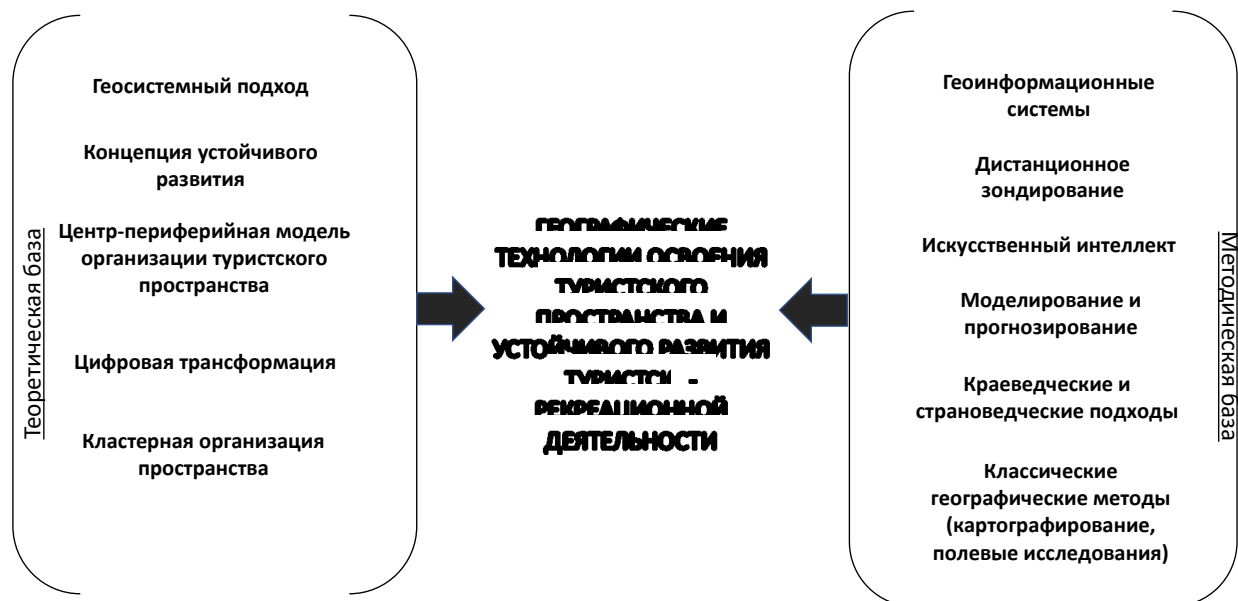


Рис. 1. Географические технологии освоения туристского пространства и устойчивого развития туристско-рекреационной деятельности

Источник: составлено авторами

Методологическая база внедрения географических технологий включает следующие методы и инструменты:

Геоинформационные системы (ГИС): картографирование туристских ресурсов и инфраструктуры; анализ рекреационных нагрузок и экологической емкости территорий; пространственное планирование кластеров.

Дистанционное зондирование: мониторинг состояния природных объектов и антропогенных изменений.

Моделирование и прогнозирование: разработка сценариев развития туристских дестинаций с учетом климатических, экологических, социально-экономических и пр. изменений; оценка рисков (например, геополитических или экологических).

Краеведческие и страноведческие подходы: интеграция историко-культурного наследия в туристские продукты и маршруты; брендинг территорий.

Применение географических технологий позволяет оптимизировать территориальное планирование, снижая конфликты природопользования и землепользования, повысить адаптивность туристских систем к глобальным вызовам (например, климатическим изменениям или пандемиям), управлять реализацией государственных программ и проектов создания новых туристско-рекреационных кластеров через научно обоснованное управление компонентами туристских территориальных систем.

Основные перспективы внедрения географических технологий связаны развитием аналитических возможностей и пространственного анализа на основе автоматизированной обработки больших данных. Это позволяет отслеживать туристский поток, его распределение в пространстве, выявлять предпочтения и особенности поведения туристов. Таким образом формируются аналитические инструменты, которые повышают эффективность управлением туристскими потоками, обеспечивают снижение антропогенной нагрузки на дестинации.

Еще одно перспективное направление, связанное с управленческими функциями, это интеграция геоинформационных систем с «цифровыми двойниками» туристских территорий для



моделирования сценариев развития туристской инфраструктуры. Подобная практика уже внедряется для крупных городов и обеспечивает поддержку принятия решений для органов власти и управляющих компаний [4, 6]. Технологии дополненной и виртуальной реальности (AR/VR) и геолокационные приложения создают новые форматы взаимодействия туристского пространства с человеком [7].

Географические технологии могут стать катализатором инноваций в туризме. Их применение требует междисциплинарного подхода, сочетающего методы рекреационной географии, анализа больших массивов данных и территориального планирования [5]. Дальнейшие исследования могут быть направлены на оценку эффективности этих технологий в контексте устойчивого развития туризма и адаптации туристско-рекреационных систем к глобальным изменениям.

Реализация научно-исследовательской работы, направленной на разработку и внедрение географических технологий для устойчивого развития туристско-рекреационного пространства, включает три основных этапа: подготовительный, основной и заключительный. Каждый этап имеет свои цели, задачи и ожидаемые результаты, направленные на создание теоретической базы, анализ практик, разработку типовых моделей ГИС-платформ, оптимизацию методов оценки устойчивости туристской деятельности.

Задачи подготовительного этапа – организационное и методическое обеспечение проекта. Результатами станут утвержденный план НИР, база данных отечественных и зарубежных практик, а также методики первичного сбора и анализа данных. Этот этап закладывает основу для дальнейших исследований. Основной этап включает разработку теоретико-методологической базы, анализ практик внедрения географических технологий, ГИС в туризме. Предлагается создать теоретическую модель применения географических технологий, определить принципы адаптации туристских систем, провести анализ лучших практик и создать прототип модели туристско-рекреационной ГИС. Также требуется разработать и усовершенствовать методы оценки экологической устойчивости туристских территориальных систем, классифицировать риски их развития, а также разработать прогнозные модели кадрового обеспечения туризма. Задачи заключительного этапа – обобщение результатов и внедрение разработанных методик на территориях развития туризма.

### Заключение

Внедрение географических технологий в туризм требует развития междисциплинарных научно-методических подходов, сочетающих фундаментальные географические теории с инновационными методами анализа и моделирования. При таком подходе объединяются классические географические методы (полевые исследования, картографирование), современные цифровые инструменты (ГИС, дистанционное зондирование, анализ больших массивов данных) и теоретические основы пространственного планирования (устойчивое развитие, кластерные модели).

Развитие такого подхода способствует созданию устойчивых, конкурентоспособных туристско-рекреационных пространств, соответствующих целям социально-экономического развития регионов России. Географические технологии формируют новую парадигму развития туризма за счет комплексного мониторинга ресурсов, а также расширения интеграции геосистемного подхода с системами государственного, муниципального и бизнес-управления, что снижает риски негативных трансформаций туристского пространства.

Сближение термина с геоинформационными технологиями во многом оправдано, однако подчеркнем, что географические технологии охватывают более широкий перечень инструментов и подходов, включая не только технические ГИС-инструменты, но и географические методы исследований. Считаем, что географические технологии следует рассматривать как научно-практический комплекс, базирующийся на географической науке с учетом геосистемного подхода и концепции устойчивого развития, использующий цифровые инструменты для решения прикладных задач в туризме.

**Список источников:**

1. Указ Президента Российской Федерации от 18.06.2024 г. № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий».
2. Указ Президента Российской Федерации от 28.02.2024 г. № 145 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации».
3. Приказ Минобрнауки РФ от 06.02.2023 N 107 «Об утверждении Порядка определения уровней готовности разрабатываемых или разработанных технологий».
4. Кузнецов Е.М., Никишова М.И. Методика оценки сценариев развития туристической отрасли Камчатского края на основе технологии цифрового двойника // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2023. — №1. — С.103-121 DOI: 10.15838/esc.2023.1.85.6.
5. Кузнецов М.Е. Оценка туристического потенциала Камчатского края с применением цифровой модели туристической отрасли // Вестник Томского государственного университета. Экономика. — 2022. — № 58. — С. 124–137. DOI: 10.17223/19988648/58/8.
6. Сукманова Т.В., Белов Н.С. Применение цифровых двойников при исследовании исторических ландшафтов береговой зоны // InterCarto. InterGIS. Moscow: MSU, Faculty of Geography. — 2024. — Vol.9. — Pp. 5–22. DOI: 10.35595/2414-9179-2024-1-30-425-441.
7. Федотовских А.В. Использование цифровых реальностей и цифровых двойников в арктическом туризме // Мировые цивилизации. — 2021. — №1. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wcj.world/PDF/04ECMZ121.pdf> (дата обращения: 10.04.2025).
8. Guo H., Goodchild M.F., Annoni A. Manual of digital Earth. – Springer Nature, 2020. – P. 852.

## ОТ СТАНОВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ТЕОРИИ СТРАТЕГИИ И МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИРОВАНИЯ В РОССИИ И СТРАНАХ СНГ ДО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ПО РАЗРАБОТКЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ, НАЦИОНАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ

**Квинт В.Л.**, иностранный член РАН, заведующий кафедрой экономической и финансовой стратегии, Московская школа экономики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, д-р экон. наук, профессор, kvint@mse-msu.ru

**Чхотуа И.З.**, доцент кафедры экономической и финансовой стратегии, Московская школа экономики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, канд. экон. наук, Chkhotua@inbox.ru

**Аннотация.** Представлена целостная система преподавания теории стратегии и методологии стратегирования, опирающаяся на исследования отечественной школы стратегирования академика В.Л. Квинта. Многоступенчатая система формирования уникальных компетенций у выпускников программ и участников проектов кафедры экономической и финансовой стратегии Московской школы экономики МГУ имени М.В. Ломоносова предполагает преподавание уникальных дисциплин для школьников старших классов в рамках международного научно-образовательного и просветительского проекта «Школа Юных Стратегов», реализующего в т.ч. профориентационную задачу, обучение в бакалавриате, магистратуре, аспирантуре и докторантуре. Значительные теоретические наработки представителей отечественной школы стратегирования имплементируются в практическую деятельность: под руководством академика В.Л. Квинта реализуется ряд международных, национальных, региональных и отраслевых стратегий, в разработку которых также вовлечены студенты, аспиранты.

Многие из разработанных стратегий затрагивают вопросы реализации стратегических возможностей развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в регионах России. В статье в качестве примера рассмотрен опыт разработки Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области-Кузбасса до 2035 года и на более длительную перспективу, прежде всего, в сфере разработки стратегических приоритетных направлений развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в важнейшем промышленном регионе России.

**Ключевые слова:** стратегия, система преподавания стратегии, методология стратегирования, Стратегия социально-экономического развития Кузбасса, стратегирование туризма, стратегические возможности.

## FROM THE ESTABLISHMENT OF A SYSTEM OF TEACHING STRATEGY THEORY AND STRATEGIZING METHODOLOGY IN RUSSIA AND THE CIS COUNTRIES TO THE IMPLEMENTATION OF PROJECTS ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL, NATIONAL AND REGIONAL STRATEGIES

**Kvint V.L.**, Foreign Member of the Russian Academy of Sciences, Head of the Department Economic and Financial Strategy, Moscow School of Economics Lomonosov Moscow State University, Honored Fellow of the Higher Education of the Russian Federation, Doctor of Economic Sciences, Professor of political economy

**Chkhotua I.Z.**, Associate Professor, Department Economic and Financial Strategy Moscow School of Economics Lomonosov Moscow State University, Candidate of Economic Sciences

*A comprehensive system of teaching the theory of strategy and the methodology of strategizing is presented, based on the research of the national school of strategizing of academician V.L. Kvint. The multi-stage system of developing unique competencies in graduates of programs and projects of the Department of Economic and Financial Strategy of the Moscow School of Economics of Lomonosov's Moscow State University involves teaching unique disciplines to senior schoolchildren within the framework of the international scientific, educational and enlightening project "School of Young Strategists", implementing, among other things, the career guidance task, education in the bachelor's, master's, postgraduate and doctoral programs. Significant theoretical developments of representatives of the domestic school of strategizing are implemented in practical activities: a number of international, national, regional and sectoral strategies are being implemented, in the development of which students, postgraduates and young scientists are also involved. Many of the strategies touch upon the issues of implementing strategic opportunities for the development of tourism and exhibition and fair activities in the territory. The article examines as an example the experience of developing the Strategy for the Socio-Economic Development of the Kemerovo Region- Kuzbass in terms of forming strategic priority areas for tourism and exhibition and fair activities in the most important industrial region of Russia.*

**Keywords:** *strategy, strategy teaching system, strategizing methodology, Strategy for the socio-economic development of Kuzbass, tourism strategizing, strategic opportunities*

Теории стратегии – молодая наука, период формирования которой не превышает 200 лет. Вместе с тем истоки данной науки берут начало в работах ученых, историков и военачальников прошлого. Впервые термин «стратегия» упоминается в труде «Стратегикон» Византийского императора Маврикия. Несмотря на значительную историю становления философских основ теории стратегии рассмотрение ее как специфической деятельности и разработка ее правил впервые осуществлена генералами Генрихом Жomini и Карлом фон Клаузевиц. основополагающие законы стратегии связаны с фактором времени и необходимостью принятия ассиметричных решений, а важнейший постулат стратегии - обеспеченность приоритета как конкурентным преимуществом, так и всеми необходимыми финансовыми, материальными, инфраструктурными ресурсами и человеческим капиталом.

В условиях высокой динамичности внешней среды, чрезвычайных периодов, в которых функционирует мировая экономическая система, востребованность знаний о теории стратегии и практике стратегирования чрезвычайно высока. Ведущие мировые высшие учебные заведения вводят в свои учебные программы дисциплины, освещающие вопросы стратегирования. Это университеты «Лиги плюща» (Гарвардский, Корнеллский университеты), Оксфордский университет, Лондонский столичный университет, Школа менеджмента имени Келлога Северо-Западного университета (США), Токийский университет (Высшая школа экономики) и другие крупнейшие образовательные и научно-исследовательские учреждения мира.

Исторические особенности становления рыночных основ национальной экономики обусловили актуальность и востребованность теории стратегии и методологии стратегирования, что заложило фундамент становления отечественной школы стратегирования, основоположником которой является академик В.Л. Квинт.

С принятием ряда важнейших документов развитие отечественной школы стратегирования в стенах крупнейших университетов России и стран СНГ приобрело институциональное оформление: 11 декабря 2007 г. Приказом №1000 ректора МГУ имени М.В. Ломоносова академика В.А. Садовничего создана первая в России кафедра финансовой стратегии в Московской школе экономики, в 2020 г. в КемГУ создана первая в России кафедра стратегии регионального и отраслевого развития и в МИСиС - первая в России кафедра индустриальной стратегии, позднее в 2023г. в Навоийском государственном горно-технологическом университете образована первая в Узбекистане кафедра региональных и корпоративных стратегий, а также на базе Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека начинает работать первая в Узбекистане кафедра государственных и корпоративных стратегий. По истечении 18 лет успешной преподавательской, научно-исследовательской и практической деятельности создана целостная система формирования кадрового потенциала, обладающего знаниями и навыками в сфере разработки и реализации

стратегий. Экосистема преподавания теории стратегии и методологии стратегирования представлена на рис. 1.

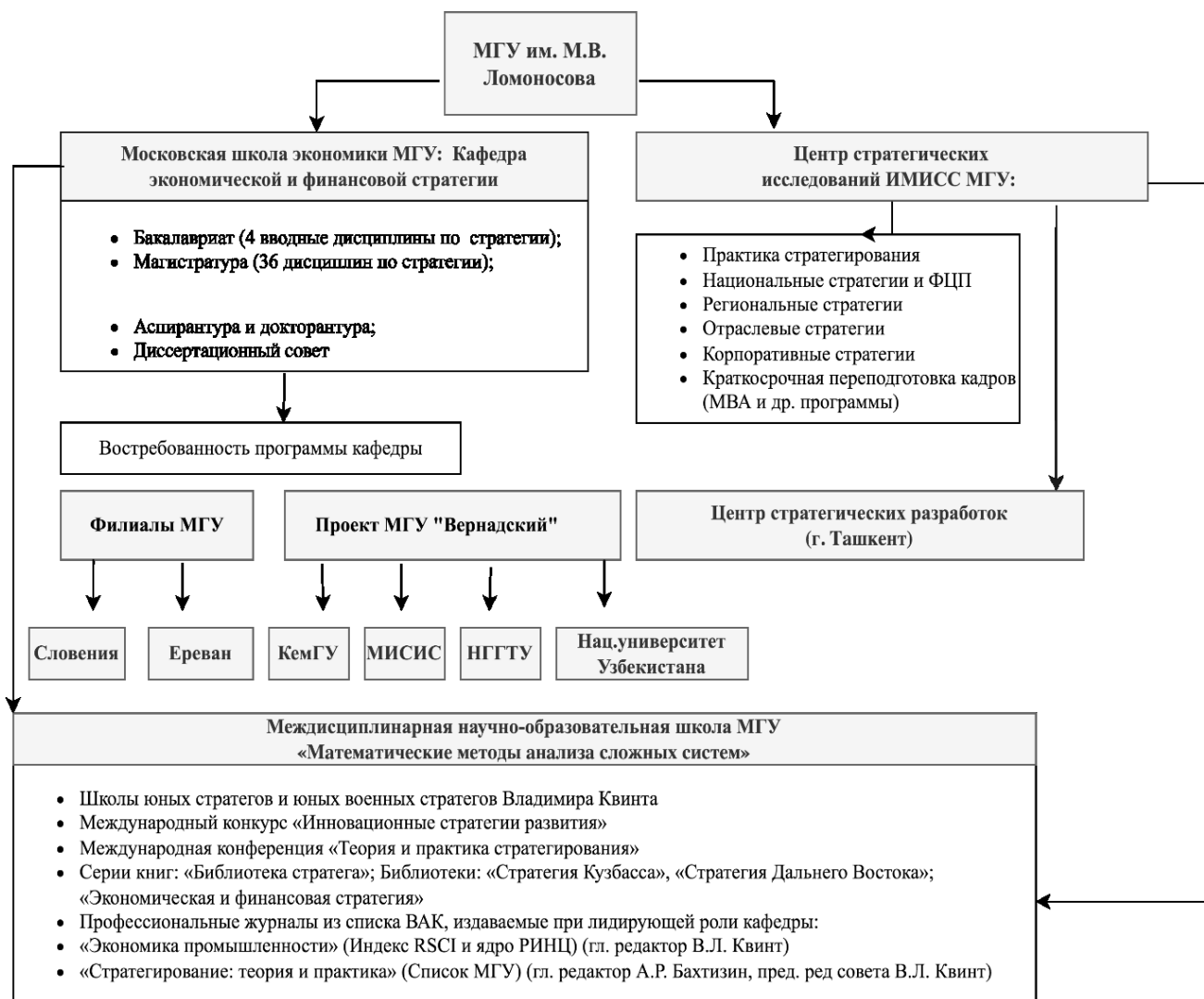


Рис.1. Система преподавания стратегии в России и странах СНГ

Источник: составлено В.Л. Квинтом.

В настоящее время программа преподавания теории стратегии и методологии стратегирования отечественной школы стратегирования включает 37 дисциплин по теории стратегии и используется в ряде университетов: Университет Приморска (г. Копер, Словения) в совместной программе с МШЭ МГУ; Филиал МГУ (Армения); Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека; Навоийский государственный горно-технологический университет, а также в соответствии с проектом «Вернадский» Кемеровский государственный университет; Университет науки и технологий «МИСИС»; Дальневосточный Федеральный государственный университет. Одной из 37 уникальных дисциплин является «Стратегирование туризма и выставочно-ярмарочной деятельности».

Преподавание ведется по учебникам, учебным пособиям и монографиям сотрудников кафедры. В серии «Классический университетский учебник» издан учебник «Экономическая и финансовая стратегия», позволяющий дать комплексное представление о теории и методологии стратегирования. В учебном процессе также используются работы ряда ученых с мировым именем, нобелевских лауреатов и профессоров ведущих университетов мира.

Более 280 университетов мира используют при обучении стратегов учебники кафедры, изданные в 21 стране. Среди них серия книг «Библиотека Стратега», «Библиотека Стратегия



Дальнего Востока России», «Библиотека Стратегия Кузбасса» и др. Ряд книг сотрудников кафедры неоднократно переиздавались и переведены на несколько иностранных языков, а также отмечены множеством международных и российских наград.

Яркой иллюстрацией успешности всей системы преподавания стратегии в стенах Московского университета за 18 лет существования кафедры является достижение следующих результатов: подготовлено 470 магистров; защищены 5 докторских и 20 кандидатских диссертаций; издано 161 книг/монографий/учебников; опубликовано 749 научных статей; подготовлено более 374 доклада на конференциях; сотрудники кафедры и Центра стратегических исследований Института математических исследований сложных систем МГУ имени М.В. Ломоносова (ЦСИ ИМИСС МГУ) удостоены 106 наград. Книги профессоров и преподавателей кафедры экономической и финансовой стратегии МШЭ и ученых ЦСИ ИМИСС МГУ переведены и опубликованы в Австралии, Албании, Армении, Великобритании, Германии, Израиле, Италии, Канаде, Китае, Киргизии, Монголии, Польше, Словении, США, Узбекистане, Северной Осетии. Библиотека научных трудов преподавателей кафедры экономической и финансовой стратегии обширна и продолжает пополняться новыми изданиями по актуальным областям научного познания.

Важно отметить, что не менее успешно функционирует Диссертационный совет МГУ 052.6 по научной специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика (региональная экономика, экономика промышленности, экономика инноваций)».

Важнейший образовательный и профориентационный функционал выполняет международный образовательно - просветительский проект «Школа Юных Стратегов», который объединяет более 39 общеобразовательных учреждений России и стран СНГ.

Научно-исследовательская деятельность молодых ученых продолжается в рамках международного конкурса «Инновационные стратегии развития», проходящего при поддержке Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ, МГУ имени М.В. Ломоносова (ЦСИ ИМИСС МГУ, МШЭ), Шанхайского университета, Университета науки и технологий МИСИС, Кемеровского государственного университета и объединившего участников из более 60 стран мира.

Международной профессиональной дискуссионной площадкой, проходящей на базе нескольких университетов России и охватывающей как отраслевые, так и региональные особенности стратегирования, а также рассредоточенной во времени в течение всего года являются Университариумы Стратега - Московский Университариум Стратега (МШЭ МГУ); Индустриальный Университариум Стратега (МИСИС); Кузбасский Университариум Стратега (Кемерово); Арктический Университариум Стратега (Апатиты, Мурманск); Киргизский Университариум Стратега (Бишкек).

Теория стратегии на пути к практической имплементации ее постулатов проходит путь трансформации в методологию стратегирования, которая в дальнейшем конкретизируется в методики и методические указания, определяемые с учетом специфических характеристик объекта стратегирования [4].

Региональная стратегия призвана реализовывать как интересы населения страны, так и национальные интересы, локализованные в данном регионе. Заинтересованность всех акторов процесса стратегирования предопределяет качество цели, поставленной перед разработчиками стратегии, а, следовательно, успешность реализации стратегии в жизнь [3,9].

Повышение качества жизни населения региона – цель разработки и реализации стратегии, при этом качество жизни рассматривается как емкая экономическая категория [8], а ее наполнение определяется ценностями индивидов и формируется под воздействием различных экономических систем в странах мира [5]. Для ряда регионов нашей страны, работа над разработкой стратегий развития которых осуществлялась представителями отечественной школы стратегирования под руководством академика В.Л. Квинта, вопрос повышения качества жизни населения, снижения миграционного оттока, диверсификации экономики стоял как нельзя остро, а центральным элементом любой стратегии выступал Человек.



Среди успешно реализованных стратегий, опирающихся на теорию стратегии и методологию стратегирования и разработанных под руководством академика В.Л. Квинта и при непосредственном участии ЦСИ ИМИСС МГУ можно выделить следующие:

- Стратегия экономического и социального развития Санкт-Петербурга до 2030 г.
- Стратегия социального и экономического развития Санкт-Петербурга до 2035 г. (утверждена в качестве регионального закона (Закон Санкт-Петербурга № 771-164));
- Стратегия развития ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» на период до 2035 г. и более длительную перспективу;
- Стратегические приоритеты Дальневосточного и Приволжского федеральных округов;
- ФЦП «Развитие физической культуры и спорта Российской Федерации на 2006-2015 годы» (реализована);
- Стратегия развития водоснабжения, водоотведения и поддержания водного баланса Республики Узбекистан на период до 2035 г.;
- Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области - Кузбасса на период до 2035 г. (единогласно утверждена Парламентом Кузбасса в качестве регионального закона 23.12.2020 г.) (с участием КемГУ и МИСИС);
- Стратегирование ГУП «Петербургский метрополитен» (осуществляется);
- Стратегическая экспертная оценка деятельности и потенциала развития АО «Навоийский горно-металлургический комбинат» (совместно с Горным институтом и кафедрой цветных металлов и золота Университета науки и технологий МИСИС);
- Стратегия эффективного водопользования АО «Навоийский горно-металлургический комбинат» (разрабатывается).

Во многих из представленных выше стратегий анализируется отрасль туризма и ее вклад в экономику региона/макрорегиона/страны.

Стоит более подробно остановиться на последовательности этапов разработки и реализации «Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области-Кузбасса на период до 2035 года» [2]. В Стратегии обосновано, что важнейшим приоритетом диверсификации региональной экономики, с учетом глобальных трендов и конкурентных преимуществ дестинации, является развитие сферы образования и инноваций, культуры, спорта и туризма. Развитие этих отраслей и сфер деятельности требует создания нового бренда Кузбасса, работа над которым также была проведена в рамках Стратегии.

В результате комплексного анализа глобальных, национальных, региональных и отраслевых трендов, стратегического анализа внешней и внутренней среды региона, определения конкурентных преимуществ и возможностей Кузбасса сформулированы следующие контуры стратегических приоритетов:

- I. Кузбасс – регион достойной жизни людей! (контур охватывает вопросы формирования центра профессионального превосходства, центра достойного труда, центра новых компетенций и рабочих мест «зеленой экономики» в регионе);
- II. Стратегическое обеспечение безопасности Кузбасса (контур охватывает приоритеты безопасности жизни и здоровья – продовольственной, экологической, информационной, финансовой, т.е. улучшения экосистемы региона);
- III. Стратегическая диверсификация экономики Кузбасса (контур охватывает приоритеты стратегической отраслевой диверсификации экономики Кузбасса в направлении создания авангардных промышленных кластеров в инновационных отраслях промышленности XXI века, связанных с водородной энергетикой и углехимией, ряд приоритетов связан с совершенствованием транспортно-логистической системы региона, что будет способствовать повышению экономической эффективности всей транспортной системы России);
- IV. Стратегическое развитие систем жизнеобеспечения Кузбасса (водоснабжения и водоотведения);
- V. Стратегирование внешнеэкономических, научно-образовательных, культурных, спортивных связей и международной кооперации (важнейшим приоритетом в контуре

- является формирование развитого туристского комплекса и выставочно-ярмарочной деятельности, ориентированных как на внутренний, так и на внешний спрос и рынки);
- VI. Стратегирование научно-технологического потенциала Кузбасса и цифровизации региональной экономики;
- VII. Стратегирование финансовой системы Кузбасса (контур приоритетов направлен на поиск и создание ресурсной базы реализации обозначенных выше приоритетов в рамках стратегических контуров).

Рассмотрим подробнее Контур V «Стратегирование внешнеэкономических, научно-образовательных, культурных, спортивных связей и международной кооперации», в рамках которого сформулирован *Приоритет 9. «Стратегические преобразования туризма, выставочно-ярмарочной деятельности и международных культурных связей»*. Цель реализации приоритета – сделать регион комфортным для проживания населения с разнообразной культурно-досуговой составляющей, повысить посещаемость культурно-досуговых мест и вовлеченность в спорт и здоровый образ жизни, снизить миграционный отток молодежи и повысить привлекательность дестинации для въездных туристов.

Основной вызов территории - более 80 % населения Кузбасса проживает в монопрофильных городах и поселках городского типа, существование которых зависит от одной отрасли, угольной, угледобывающей, металлургической и т.д. Образ региона стал настолько индустриальным, что топоним Кузбасса выступал вторым официальным названием Кемеровской области. Актуальность модернизации экономической инфраструктуры Кузбасса была крайне высока. В этих условиях одним из стратегических инструментов перехода индустриальных экономик в постиндустриальную стадию является развитие в т.ч. туризма как межотраслевого комплекса. Как отмечает А.А. Пятовский «урбанизированный характер кузбасского социума, преобладание в его структуре городского населения активизирует высокий спрос на туристские услуги».

Туризм в Кузбассе начинает развиваться в послевоенный период в форме детско-юношеского краеведческого и спортивного туризма, интегрированного в школьную образовательную программу. С 60 г. начинают развиваться взрослые туристские клубы, массовый характер приобретает спортивный туризм в связи с возможностью пользования спортивной инфраструктурой предприятий профсоюзов и спортивных сообществ. В 1964 г. на горе Югус в Междуреченске и в 1970 г. в Таштаголе на горе Буланже строятся первые горнолыжные трассы. В 1981 г. проводится Спартакиада народов РСФСР, тем не менее спортивная инфраструктура региона не используется для туристских целей. В становлении туризма в регионе большое влияние оказали крупные угольные компании: многие туристские агентства формировались на их базе (например, Каскад Тревел был создан на базе Кузбасской топливной компании).

В Кузбассе долгое время сохранялась полицентричная система управления туристской отраслью (не была сформирована система органов управления на уровне муниципалитетов и туристско-рекреационных дестинаций). В настоящее время создано и успешно функционирует региональное Министерство туризма, Агентство по туризму Кузбасса и система ответственных муниципальных структур в городах и территориальных округах Кузбасса.

Приоритет «Стратегические преобразования туризма, выставочно-ярмарочной деятельности и международных культурных связей», сформулированный в рамках Контура V, охватывает следующие стратегические направления:

9.1. «Кузбасс – центр притяжения талантливых людей». Некоторые направления в рамках приоритета: развитие сети библиотек и трансформацию формата работы самой библиотеки (библиотеки - национальные публичные лаборатории, бесплатные образовательные площадки и центры профессиональной навигации для молодого поколения пользователей; креативные пространства организованного досуга и дискуссионные площадки молодежных инициатив (в т.ч. международные). Создание новых культурных пространств - мест, где сконцентрирована современная культура Кузбасса – стратегическая задача улучшения городской среды, развития индустриальной социальной среды региона, снижения миграционного оттока молодого населения. Создание событийного календаря и развитие тематики выставочно-ярмарочной деятельности позволило привлечь внимание въездных туристов к региону, обеспечить связанность отдельных

дестинаций региона и стимулировать всесезонность турпотока. В рамках приоритета были предложены направления диверсификации культурно-познавательного туризма (слабая сторона продвижения культурно-исторического наследия региона, значительная удаленность крупных объектов историко-культурного характера. Так, чтобы совершить ознакомительный тур Мариинск-Шестаково-Томская Писаница–Кемерово-Беково-Новокузнецк-Таштагол необходима неделя. Стратегическая задача - продумать коммерчески привлекательную логистику и учесть наличие значительного турпотока из соседних регионов Сибири. Помимо этого, музейный ресурс региона в должной мере не включен в повестку развития культурно-исторического туризма, коммерчески успешными примерами реализации проектов культурно-познавательного туризма являются лишь музеи «Красная Горка» и «Томская Писаница». Стратегическая задача – обеспечить преемственность данного опыта другими объектами культурно- историческими туризма).

Аттракции северных регионов Кузбасса не включены в полной мере в туристский оборот ввиду слабой транспортной связанности территории и нехватки туристской инфраструктуры. В результате проведенного стратегического анализа территории правительством региона был принят закон от 23.03.2022 № 28-ОЗ «О создании и развитии агломераций в Кемеровской области-Кузбассе», регламентирующий создание двух агломераций – Южной и Северной [1]. Агломерационные эффекты пространственного развития территории включают следующее: развитие межрегионального и межмуниципального сотрудничества через усиление транспортной, энергетической и инфраструктурной связанности территорий, реализация масштабных проектов с привлечением федерального финансирования, регулирование маятниковой миграции из поселений-спутников в ядро; возможность выхода агломерации на национальный рынок в качестве самостоятельного актора культурных, туристских обменов; возможность формирования оптимального природно-экологического и расселенческого каркаса и прочее.

Стратегическим потенциалом развития в регионе обладает выставочно-ярмарочная деятельность в направлении расширения географии проведения и тематики выставочных мероприятий. На сегодняшний день ключевым выставочным событием Кузбасса является ежегодная международная выставка «Уголь России и Майнинг», по угольно-металлургической тематике также проходит мероприятие «Металлургия», в регионе проводятся выставки «Архитектура. Строительство», «Лес. Деревообработка», «Продмаркет», и др. Для развития делового туризма необходимо создание инфраструктуры в Кемерово и Шерегеше и поддержка усилий ЗАО «Кузбасская ярмарка» в Новокузнецке. С целью формирования выставочного продукта высокого качества необходимо разработать Программу развития выставочной и конгрессной деятельности в регионе. Предлагается продвижение образцов продукции и технологий, созданных в Кузбассе, под единым брендом «Сделано в Кузбассе». Национальный бренд «Сделано в ...» используется всеми государствами, заинтересованными в развитии экспорта, прежде всего промышленного. Тематику выставочно-ярмарочной деятельности в регионе целесообразно расширять по направлениям: экология, спорт, образование и медицина и велнес [6,7].

Перспективное направление в рамках культурно-познавательного туризма –путешествие по малым городам и археологическим памятникам (Тяжинский, Чебулинский Тисульский, Ижморский районы) и экологический туризм (Озера Большой и Малый Бурчикуль). В Южной агломерации значительным потенциалом развития экотуризма обладают Поднебесные Зубья и территории государственного природного заказника Бельсинский. Положительным аспектом развития экотуризма является высокая вариативность цены, доступность для широких слоев общества, значительный социальный эффект (данное направление туризма поднимает экономику в периферийных районах).

Уникальные стратегические возможности региона для развития промышленного туризма на сегодняшний день активно реализуются под кураторством программ и проектов Агентства стратегических инициатив.

9.2. Кузбасс – регион всесезонного отдыха и досуга. Сфера горнолыжного туризма составляет 70% объемов туристской деятельности Кузбасса. Система горнолыжных комплексов развивается в 12 муниципальных образованиях: Шерегеш в Таштагольском районе, Танай в Промышленновском районе, Горная Саланга в Тисульском районе. По общей протяженности

горнолыжных трасс и количеству подъемников область занимает первое место среди регионов Сибири и Дальнего Востока. ГЛК Шерегеш – курорт мирового уровня. Тем не менее этнический туризм в Горной Шории может стать для туристской индустрии Шерегеша основой для формирования летних программ в рамках развития курорта как круглогодичной дестинации.

Некоторые направления в рамках приоритета: в отношении ГЛК Шерегеш - создание единого облика курорта, диверсификация турпродукта в летний период, развитие детских горнолыжных школ, а также программ для маломобильных граждан, развитие событийного календаря курорта (в т.ч. конференций и образовательных программ в межсезонье), формирование системы лояльности для населения в ГЛК Шерегеш, в стратегической перспективе объединение всех ГЛК региона системой лояльности для населения, развитие «апре-ски», формирование летних образовательных программ экологической направленности, применение стратегии радиального развития для включения близлежащих территорий и аттракций в турпродукт ГЛК Шерегеш. Стратегической представляется задача создания емкой базы потребителей горнолыжного туризма сегодня, т.к. лишь 2% населения России вовлечены в данное направление отдыха. Для сравнения в Швейцарии - 35% населения, в Финляндии и Норвегии - 23%, в Франции -13% [10]. Совершенствование коммуникационной стратегии региона предполагает использование современных каналов коммуникации с целевой аудиторией, что также нашло отражение в стратегическом документе. Было предложено создание электронной торговой площадки «KuzbassTrade» и продвижение товаров и услуг в т.ч. туризма под зонтичным брендом «Сделано в Кузбассе».

9.3. Кузбасса - центр спортивного туризма Сибири. Некоторые предлагаемые маркетинговые инструменты для позиционирования приоритета:

- посланник бренда, коллаборация с фитнес-индустрией;
- реализация спортивно-оздоровительных проектов: проведение в парках городов Кузбасса массовых спортивных зарядок со звездами спорта; организация регулярных встреч спортивных звезд с юными спортсменами, школьниками, организация спортивных суббот в школах, активная коммуникационная стратегия;
- на бутилированной воде Кузбасса, экспортируемой в регионы/за границу расположить слоган «Кузбасс – центр спортивного туризма Сибири»/ «Кузбасс – сибирский центр спортивного туризма». Рекомендуются также расположить на упаковке товара фото посланника бренда Кузбасса;
- проведение международных, всероссийских, межрегиональных форумов, посвященных спорту и здоровью;
- формирование профессионального сообщества спортивно-туристского движения;
- развитие снегоходного туризма (необходимое условие развития ряда территорий в границах Северной агломерации).

Кемеровская область-Кузбасс является регионом всесезонного туризма. Система стратегического управления позволяет реализовать в полной мере все постулаты разработанной стратегии социально-экономического развития Кемеровской области-Кузбасса, а придание стратегическому документу высокой юридической силы (Стратегия принята в качестве регионального закона) говорит о высокой заинтересованности региональных органов государственной власти в диверсификации экономики промышленного региона страны, повышении качества жизни жителей региона.

Значительным потенциалом с точки зрения стратегии развития туризма в Кемеровской области-Кузбассе являются горнолыжный и снегоходный туризм. Требуется существенная экономическая и правовая поддержка на региональном и федеральном уровнях, чтобы первый продолжал сохранять свои позиции в регионе в условиях жесткой конкуренции в мире и России, а второй получил системное и самостоятельное развитие.

#### Список источников:

1. Ажищева А.В., Юматов К.В., Чхотуа И.З. Стратегические приоритеты развития туризма в промышленном регионе Кузбасса // Экономика промышленности. — 2024. — №17(1). — С.76–85. DOI: 10.17073/2072-1633-2024-1-1175.



2. Закон Кемеровской области Кузбасса от 26 декабря 2018 г. № 122-ОЗ «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области - Кузбасса на период до 2035 года (с изменениями на 4 октября 2024 года). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/file/c461e87bcae53d7d6f06e406c0f24063/kem\\_obl.pdf](https://www.economy.gov.ru/material/file/c461e87bcae53d7d6f06e406c0f24063/kem_obl.pdf) (дата обращения: 10.04.2025).
3. Квинт В.Л., Новикова И.В., Алимуратов М.К. Согласованность глобальных и национальных интересов с региональными стратегическими приоритетами // Экономика и управление. — 2021. — № 27(11). — С. 900-909. DOI: 10.35854/1998-1627-2021-11-900-909.
4. Квинт В.Л. Теоретические основы и методология стратегирования Кузбасса как важнейшего индустриального региона России. Экономика в промышленности. — 2020. — Т. 13. — № 3. — С. 290–299. DOI: 10.17073/2072-1633-2020-3-290-299.
5. Квинт В.Л., Окрепилов В.В. Качество жизни и ценности в национальных стратегиях развития // Вестник Российской академии наук. — 2014. — Т. 84. — № 5. — С. 412-421. DOI 10.7868/S0869587314050107.
6. Пятовский А.А., Садовнича А.В., Чхотуа И.З., Юматов К.В. Стратегические приоритеты развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в Кузбассе // Экономика в промышленности. — 2020. — Т. 13. — № 3. — С. 339–347. DOI: 10.17073/2072-1633-2020-3-339-347.
7. Стратегирование отрасли туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в Кузбассе: монография / под научной редакцией В. Л. Квинта. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2021. — 371 с. DOI: 10.21603/978-5-8353-2718-8.
8. Фелпс Э. Хорошая экономика для Китая // Экономика и математические методы. — 2017. — Т. 53. — № 1. — С. 19–20.
9. Экономическая и финансовая стратегия. Под научной ред. В.Л. Квинта. Россия: Издательство Московского университета, Москва. — 247с. DOI: 10.55959/MSU011996-1-2024.
10. 1239 км горнолыжных трасс, 330 курортов и только 3% катающихся. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/55145> (дата обращения: 10.04.2025).

## РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РФ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Аигина Е.В.**, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, eaigina@yandex.ru

**Аннотация.** В статье представлен анализ въездного туристского потока в Российскую Федерацию за последние пять лет. Показаны изменения и особенности потоков туристов из Китая, Ирана, стран Персидского залива, которые требуют учета и соответствующей трансформации туристского продукта для дальнейшего увеличения объемов и расширения географии туристских поездок в Россию.

**Ключевые слова:** въездной туризм, безвизовый режим, Китай, страны Персидского залива, туризм, дружественный исламу.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## INBOUND TOURISM IN RUSSIA: CHALLENGES AND PROSPECTS

**Aigina E.V.**, Senior Researcher, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Abstract.** The paper presents the analysis of inbound tourism development in Russia over the past five years. It shows the changes and features of the tourist flows from China, Iran, and the Persian Gulf countries, which require consideration and appropriate transformation of tourist product for further growth and diversification of tourist flows to Russia.

**Keywords:** inbound tourism, visa-free regime, China, the Gulf countries, Muslim-friendly tourism.

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

Въездной туристский поток в Российскую Федерацию, превышавший в середине 2010-х годов 25 млн поездок в год, постепенно восстанавливается после кризиса пандемии и последующих геополитических трансформаций. По данным Росстата, число поездок иностранных граждан в РФ в 2024 г. составило 9,05 млн. Среди стран дальнего зарубежья лидерами являются (тыс. прибытий):

1. Китай – 1 212;
2. Монголия – 348;
3. Германия – 116;
4. Турция – 102;
5. ОАЭ – 69;
6. Иран – 59;
7. Индия – 41 [3].

Данные Погранслужбы ФСБ РФ традиционно дают меньшие объемы поездок с целями туризма – всего 1,57 млн в 2024 г. – но тоже подтверждают рост въездного потока, увеличение которого и продвижение России как туристской дестинации отнесено к числу стратегических задач развития туризма в нашей стране [6]. Среди стран дальнего зарубежья выделяются (тыс. чел.):

1. Китай – 848,0;
2. Германия 65,8;
3. ОАЭ – 65,2;



4. Турция – 58,5;
5. Саудовская Аравия – 55,2;
6. Иран – 49,6;
7. Индия – 23,2 [1].

Особый интерес для исследования представляют изменения в структуре въездного туристского потока, происходящие в последние пять лет, которые коренным образом меняют его характер и требуют соответствующих изменений в подходах к организации приема туристов и продвижению национального туристского продукта. Если по данным 2019 г. во въездном турпотоке из стран дальнего зарубежья лидировали китайские туристы, а за ними шли туристы из стран Европы, то по данным 2024 г. доминирование туристов из КНР стало еще более заметным, а на следующих за ними позициях появились туристы из Монголии, Турции, ОАЭ и других стран Азии, а также стран БРИКС. Именно эти страны – Саудовская Аравия, Кувейт, Южная Корея, Катар, Оман, Бахрейн, Иран, Индия – рассматриваются в качестве наиболее перспективных для российского въездного туризма.

Действительно, въездной туризм в Россию стал еще более «китаеориентированным» [2]. Этому в значительной мере способствовала возможность организации безвизовых поездок, которые начались с августа 2005 года. После пандемии безвизовые поездки граждан Китая в РФ возобновились с 1 августа 2023 г. одновременно с запуском единых электронных виз для иностранных туристов из других стран. В настоящее время возможен въезд членов организованных туристических групп от 5 до 50 чел. на срок до 15 суток, но постоянно обсуждается увеличение времени пребывания и даже возможность полной взаимной отмены виз. В значительной мере восстановлено авиасообщение между городами наших стран.

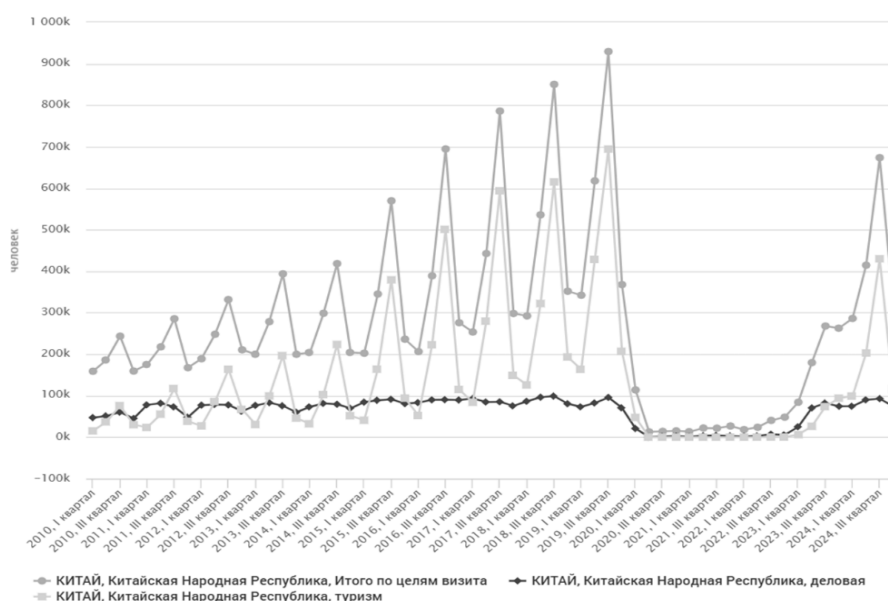


Рис.1. Въезд граждан КНР в РФ, данные по кварталам 2010-2024 гг. (чел.)

Источник: данные Погранслужбы ФСБ РФ [1].

Абсолютное доминирование во въездном потоке туристов из Китая заставляет внимательнее следить за тенденциями, развивающимися на этом рынке. После пандемии его восстановление шло медленнее, чем в других странах, из-за более жестких ограничений с китайской стороны, и фактически началось только в 2024 году (рис.1.). Эксперты отмечают не только замедление темпов восстановления турпотока из Китая в Россию, но и существенные изменения в его объемах и структуре, вызванные трансформацией приоритетов туристов за период вынужденных ограничений [7].

Среди приезжающих из Китая наблюдается все больше молодых туристов, ведь почти 40 тыс. студентов из КНР обучаются в РФ. Китайцы начинают отказываться от групповых поездок в пользу индивидуальных и самостоятельных (даже с учетом необходимости оформления

электронных виз), больше интересуются природными и немассовыми дестинациями, не требуют особых условий питания и развлечений. Сохраняется еще преобладание приграничных поездок в регионах Дальнего Востока (в т.ч. более 600 тыс. прибытий в рамках приграничного туризма в Приморском крае), но в целом подходы к выбору направлений поездок меняются. Соответственно, конкуренция за китайских туристов между РФ и другими направлениями, в том числе Казахстаном и другими странами Европы и Азии, усиливается.

Еще одним активно поддерживаемым направлением въездного туризма является Иран. Для этого на государственном уровне создаются благоприятные для его развития условия. В мае 2024 года установлен безвизовый режим для групповых поездок туристов из Ирана, в ноябре 2024 года платежную систему МИР официально подключили к иранской системе SHETAB. Растут деловые контакты между нашими странами, почти 8 тыс. студентов из Ирана обучаются в РФ. Однако восстановление турпотока из Ирана также идет достаточно медленно и не достигло еще уровня 2017-2018 годов (рис.2).

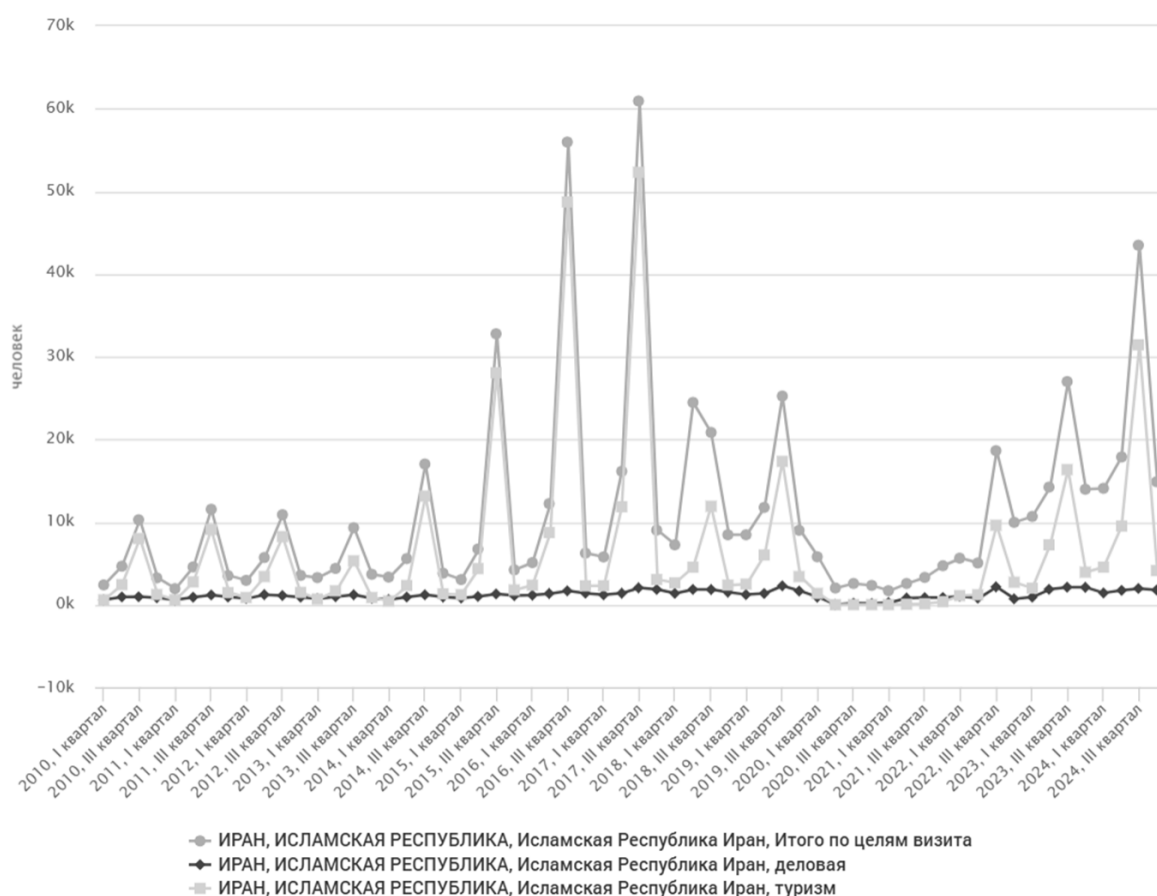


Рис.2. Въезд граждан Ирана в РФ, данные по кварталам 2010-2024 гг. (чел.)

Источник: данные Погранслужбы ФСБ РФ [1].

Сравнение популярных среди иранских туристов стран, проведенное специалистами образовательной программы «Технология и организация внутреннего и въездного международного туризма в контексте приоритетных туристских рынков» по Ирану, проведенное Центром компетенций в сфере туризма и гостеприимства Санкт-Петербурга в 2024 году, показывает, что наибольшую популярность среди иранских туристов имеют Турция, ОАЭ, а также государства Закавказья, сочетающие географическую и культурную близость с безвизовым или упрощенным визовым режимом, а также с возможностями шоппинга или посещением природных достопримечательностей. У России есть возможности для конкуренции за иранских туристов, в том числе у регионов Северного Кавказа, но пока по данным Росстата за 2024 г. число поездок из Ирана составило 59 тыс., а по данным Погранслужбы ФСБ РФ – менее 50 тыс. [3, 1].

В контексте современного этапа развития въездного туризма в Российской Федерации особый интерес представляют потоки из Бахрейна, Кувейта, Омана, Катара, Саудовской Аравии и ОАЭ – наиболее богатых стран региона Персидского залива. Несмотря на близость по многим характеристикам, существуют специфические особенности каждого рынка, которые в условиях активного привлечения туристов из этих стран должны обязательно приниматься во внимание.

Въезд туристов из ОАЭ начался фактически только с лета 2019 года и существенно вырос во II-IV кварталах 2021 года, что было связано с запретом их въезда в страны Европы из-за пандемии. С лета 2023 года начался уже другой этап развития въездного туризма, направленный именно в РФ, заметный, в том числе, даже зимой 2023-2024 годов. Из всех стран Персидского залива туристский обмен между ОАЭ и РФ идет наиболее активно, что во многом объясняется не только активными деловыми контактами и безвизовым режимом, но и большим количеством прямых авиарейсов между Дубаем, Абу-Даби, Шарджей и городами Российской Федерации.

Во многом схожая ситуация наблюдается с въездным туризмом из Катара. Впервые в заметном количестве туристы из этой страны посетили Россию в 2018 году во время Чемпионата мира по футболу, что «эхом» повторилось в 2019 году. Для Катара было важно познакомиться с опытом проведения такого значимого мегасобытия перед домашним Чемпионатом мира 2022 года. Во II-IV кварталах 2021 года приток туристов из Катара был также связан с запретом их въезда в страны Европы из-за пандемии, но с лета 2023 года количество туристов также стало расти. Как и в случае с ОАЭ, этому способствовали возможности безвизового обмена и наличие прямых авиаперелетов из Москвы в Доху.

В марте-апреле 2025 года специалисты Комитета по туризму города Москвы и RUSSPASS провели детальное исследование выездного туристского потока из Катара и представили портрет туриста из этой страны. Хотя общее количество туристов-граждан Катара не может быть очень большим, отмечаются их высокий уровень расходов, соответствующий высоким стандартам жизни, а также значительный уровень цифровизации этих туристов, путешествующих преимущественно индивидуально и самостоятельно, но с учетом полученных рекомендаций и мнений, и проявляющих большой интерес к культурно-историческим достопримечательностям [4]. В таких высококачественных туристах любая принимающая сторона будет всегда заинтересована, и конкуренция за таких туристов очень высока.

Новые исследования RUSSPASS теперь направлены на изучение особенностей въезда из Саудовской Аравии. После официального визита короля Саудовской Аравии в РФ в 2017 г. первый всплеск прибытий туристов был отмечен в 2018 году за счет частных поездок саудовских болельщиков на Чемпионат мира по футболу. В 2019 году было заметно небольшое «эхо» этого интереса, а устойчивый рост туристских поездок в Россию начался только с лета 2023 г. Самая большая и по многим параметрам наиболее влиятельная из стран Персидского залива, Саудовская Аравия представляет особый интерес для развития рынка въездного туризма, однако главной проблемой здесь является отсутствие прямых авиарейсов, переговоры об организации которых ведутся уже давно. Кроме того, между нашими странами нет безвизового обмена, необходимо оформление электронных виз.

Туристов из Саудовской Аравии могут в нашей стране привлечь, главным образом, природные особенности и достопримечательности, в том числе зимние, а также культурные традиции, шоппинг, возможности лечебно-оздоровительного туризма и многое другое [8]. В отличие от других стран Персидского залива, саудовцы более строго соблюдают культурные и религиозные традиции и в целом меньше путешествуют за пределы своего региона. Но это не должно затруднять организацию туристских обменов, ведь в Российской Федерации есть возможности для их соблюдения, и российские стандарты дружественного исламу туризма признаются в странах Персидского залива.

Внимание к туристам из стран региона Персидского залива растет, ведь они традиционно считаются наиболее состоятельными и активно тратящими деньги. Средний чек в поездке в Москве для туристов из Саудовской Аравии в 2024 году составлял 302 тыс. руб., из Бахрейна – 285 тыс. руб., Кувейта – 272 тыс. руб., Омана – 251 тыс. руб. а из КНР – 227 тыс. руб. [5]. Абсолютным лидером по приему арабских туристов является Москва, что объясняется, в первую очередь, наличием

большого количества прямых рейсов. Суммарное количество туристов из арабских стран в Москве в 2024 году превысило 100 тыс.

Для продолжения сотрудничества с этой группой стран между Оманом и РФ в апреле 2025 года заключено соглашение о введении безвизового режима. Граждане Кувейта и Бахрейна включены в перечень стран, туристы из которых могут въехать в Россию по электронным визам. Хотя потоки из этих стран пока незначительны, благодаря существующим прямым рейсам между нашими странами они могут вырасти. Важным моментом является запуск прямых рейсов из этих стран в Сочи и, возможно, в будущем в другие регионы нашей страны, что будет способствовать расширению географии и объемов поездок туристов из арабских стран.

Стоит, однако, напомнить, что пока Российская Федерация не входит в число приоритетных направлений для зарубежных поездок туристов из рассматриваемых стран. За состоятельными и много тратящих туристов активно борются лидирующие мировые туристские рынки стран Европы и Северной Америки, а также близкие по культуре и традициям внутрирегиональные дестинации Ближнего Востока и Азиатско-Тихоокеанского региона. Их опыт и подходы в развитии туризма необходимо внимательно изучать и использовать.

Необходим также учет специфических потребностей новых групп въездных туристов, которые кардинальным образом отличаются от туристов из западных стран. Однако малый размер туристских потоков из стран Персидского залива и других азиатских стран, отсутствие подробных данных для анализа, эффект низкой базы не дают пока возможности четко выявить их особенности. Существует много частных проблем, требующих решения. Так, иностранцы не могут пользоваться в России своими банковскими картами – приходится везти наличные, преимущественно доллары.

Все это требует кропотливой работы по развитию въездного туризма и его диверсификации за счет турпотоков из стран Персидского залива, БРИКС и других дружественных стран.

#### Список источников:

1. Въезд иностранных граждан в РФ. Данные Федеральной Погранслужбы ФСБ РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/38479> (дата обращения: 27.05.2025).
2. Въездной туризм в Россию стал еще более «китаеориентированным» // Официальный сайт АТОР 12.11.2024 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/59451> (дата обращения: 27.05.2025).
3. Въездные туристские поездки иностранных граждан в Россию // данные Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 27.05.2025).
4. Маркет-трек. Анализ туристического рынка государства Катар // Комитет по туризму г. Москвы, апрель 2025 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://business.russpass.ru/projects-events/market-treki/market-trek-privlechenie-turistov-iz-katara> (дата обращения: 27.05.2025).
5. Назвали страны, путешественники из которых тратили больше всего // Журнал RUSSPASS 20.03.2025 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mag.russpass.ru/business/rubric/novosti-1/nazvali-strany-puteshestvenniki-iz-kotoryh-tratili-bolshe-vsego> (дата обращения: 27.05.2025).
6. Перечень задач в сфере въездного туризма, определенных по итогам стратегической сессии Российского союза туриндустрии (далее – РСТ), состоявшейся 02 февраля 2024 года в г. Москве [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://rst.ru/assets/files/docs/rezolyuciya\\_com\\_in.pdf](https://rst.ru/assets/files/docs/rezolyuciya_com_in.pdf) (дата обращения: 27.05.2025 г.).
7. Рысакова П. Почему все меньше китайских туристов в России // Официальный портал Hotelier.PRO 28 июня 2024 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hotelier.pro/interviews/item/pochemu-vse-menshe-kitayskikh-turistov-v-rossii/> (дата обращения: 27.05.2025).
8. Сурков А. Саудовская Аравия: туризм с приставкой «Russian» // Портал RUSSPASS [Электронный ресурс]. — Режим доступа:

<https://mag.russpass.ru/business/rubric/biznes/saudovskaya-araviya-turizm-russian> (дата обращения: 27.05.2025)



## ПОБРАТИМСТВО ГОРОДОВ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА ДЕСТИНАЦИЙ: ОРГАНИЗАЦИОННОЕ И КАДРОВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

**Белякова Н.Ю.**, директор департамента экспедиционной деятельности и развития туризма Русского географического общества, доцент, НИУ Высшая школа экономики, Российский университет дружбы народов, канд. ист. наук, [nataliabelyakova@mail.ru](mailto:nataliabelyakova@mail.ru)

**Аннотация.** Исследование посвящено маркетинговому потенциалу института побратимства для городов, развивающих себя как дестинации. Акцент сделан на кадровом обеспечении взаимодействия городов-побратимов в контексте кросс-туристского продвижения. Понятие «человеческий капитал» раскрывается как наиболее точно отражающее уровень запроса к стейкхолдерам, обеспечивающим эффективное функционирование института побратимства в условиях геополитической турбулентности и волатильности туристских рынков. Потенциал развития побратимства как инструмента маркетинга мест раскрыт на основе анализа международного и российского опыта, включая анализ «перезагрузки» международных побратимств российских городов.

**Ключевые слова:** маркетинг дестинаций, городской туризм, города-побратимы, человеческий капитал

**Belyakova N.Y.**, Director of the Department of Expeditionary Activities and Tourism Development of the Russian Geographical Society, Associate Professor, National Research University Higher School of Economics, Peoples' Friendship University of Russia, Candidate of Historic Sciences

## CITY TWINNING AS A TOOL FOR DESTINATION MARKETING: ORGANIZATIONAL AND HUMAN RESOURCES DIMENSION

**Abstract.** The study focuses on the marketing potential of the city twinning institution for developing themselves as destinations. The emphasis is on the human resources required to facilitate the interaction between twinning cities in the context of cross-tourism promotion. The concept of "human capital" is explored as the most accurate reflection of the level of demand for stakeholders who ensure the effective functioning of the twinning institution in the face of geopolitical turbulence and volatile tourism markets. The potential of twinning as a tool for destination marketing is revealed based on an analysis of international and Russian experience, including an analysis of the "reset" of international twinning between Russian cities.

**Keywords:** destination marketing, urban tourism, twin cities, human capital

Представители региональных органов исполнительной власти и муниципалитетов, актив городских сообществ и профессиональных объединений, а также другие стейкхолдеры, вовлеченные в сложный в новой геополитической реальности нелинейный процесс менеджмента международных побратимств российских городов – акторы успешности этого процесса с позиции маркетинга городов как дестинаций. Использование возможностей побратимств в интересах взаимного продвижения туристских возможностей городов ставит задачи шире традиционных для этой сферы компетенций в сфере культурной дипломатии. Способность к разработке и запуску долгосрочных программ кросс-маркетинга требует понимания специфики въездного туризма, логики его маркетингового сопровождения в b2b, b2c, b2g форматах, взаиморасчетах и туристской юнит-экономики городов, инвестирующим в развитие своей международной туристской привлекательности. Институт побратимства, несмотря на сложившееся отнесение его к формату внеэкономического горизонтального взаимодействия городов, в условиях затрудненности

традиционных каналов продвижения дестинаций нуждается в пересмотре его в новом качестве – маркетингового инструмента въездного туризма. Таким образом, институт побратимства становится элементом генерирования доходности туротрасли городов, где получаемая от приема туристов прибыль возрастает благодаря снижению затрат на маркетинг. Экономия достигается посредством взаимного дестинационного продвижения городов в рамках социокультурных инициатив, заточенных на конверсию в туристский трафик. Текущая затрудненность маркетинга въездного туризма представляется долгосрочным явлением. Она вызвана не только прямым закрытием или снижением эффективности ряда каналов продвижения из-за геополитических реалий, но и общемировым ростом объема цифровой рекламы, а также фактической диктатурой платформ и ОТА в части увеличения финансового порога доступа к международной аудитории. В этом смысле интерес к новому перспективному функционалу института побратимства характерен не только для России. Оценку маркетингового потенциала побратимств, развитие горизонтальных связей городов-дестинаций проводят муниципалитеты разных стран мира. Поиск новых маркетинговых партнерств – обратная сторона растущей глобальной конкуренции городов за туристов.

Выделим сложившиеся к настоящему моменту функциональные сценарии использования института побратимства в интересах туристического кросс-продвижения городов:

1. Реверсные туристические b2c выставки и промотуры по городам-побратимам (например, выставка «Киото в Париже» и зеркальная ей в столице Японии, реализованные в рамках побратимского взаимодействия двух столиц, способствовали росту французского турпотока в Японию на 11% в 2019 г. (по данным Kyoto City Tourism Association));
2. Совместное участие в международных b2b выставках и фам-туры для турагентов (например, представительство Санкт-Петербурга и Гамбурга на ITB Berlin и MITT и другие активности способствовали увеличению на 9% въездного турпотока из Германии в Россию в 2018 г.);
3. Кросс-реклама в городском транспорте, обмен другими поверхностями социальной рекламы (например, рекламные кампании Москва – Минск), включая цифровые каналы (обмен видео в аккаунтах турофисов Visit Tallinn и Visit Helsinki);
4. Синхронизация событийных календарей с учетом «туристских окон» (каникул и длинных выходных) стран городов-побратимов; проведение совместных массовых ивентов (например, фестивали культуры и гастрономии Владивостока и Ниигаты способствовали увеличению въездного японского турпотока в Приморье практически на треть в 2019 г.);
5. Маркетинговое стимулирование сбыта (например, скидки при посещении Тбилиси киевлянами и наоборот – в рамках совместного промо на Booking.com, TripAdvisor);
6. Постоянный средовой маркетинг (например, QR-коды на достопримечательностях Хельсинки об истории Осло).

Взаимный маркетинг городов-побратимов был основан на коррекции турпредложения. Доказавшими свою эффективность траекториями стратегической и ситуативной (оперативной) бизнес-кооперации туроператоров и авиакомпаний являются: постановка взаимных чартеров и их продление за счет увеличенного турпотока; скидки на перевозки между городами-побратимами; создание комбинированных турпакетов (например, авиакомпания Finnair предлагала комбо «Хельсинки–Санкт-Петербург» с бесплатной остановкой до трех дней).

Динамика количественных и содержательных изменений института побратимства интенсифицировалась в ходе пандемии. С началом COVID-19 международные и межрегиональные проекты и партнерские отношения, которые на протяжении длительного времени поддерживали и развивали региональные органы власти и органы местного самоуправления в том числе российских городов (согласно пункту 8 части 1 статьи 17 Федерального закона № 131-ФЗ, к полномочиям органов местного самоуправления относится осуществление международных и внешнеэкономических связей), оказались под угрозой длительной «заморозки» в связи с введенными ограничениями и противоэпидемиологическими мерами на государственных границах [3]. Многолетние деловые контакты и международные гуманитарные связи – от обмена официальными делегациями до экономических миссий, а также традиционные культурные, образовательные и академические обмены потребовали поиска новых путей налаживания

коммуникации и траекторий взаимодействия. Поставленный на долгую паузу туризм (в первую очередь пострадал въездной) оказался перед вызовом отложенной борьбы за туристский трафик в условиях увеличения стоимости авиалогистики, ужесточения требований к безопасности и изменения пользовательского поведения.

Индустрия туризма и гостеприимства городов оказалась в числе прямых интересантов поиска и извлечения новых возможностей из ранее сложившихся связей. Побратимство стало одним из институтов, который с постепенным снятием ковидных ограничений одним из первых подвергся переосмыслению в качестве нового эффективного маркетингового канала дестинаций. Обусловленная пандемией интенсификация цифрового взаимодействия городов-побратимов вошла в рабочую практику реализации совместных проектов. Часть социокультурных активностей и инициатив были переформатированы и получили новое прочтение в онлайн-формате в том числе в формате #TwinCityTravel. Так, упоминавшиеся города-побратимы Киото и Париж в 2022–2023 гг. провели успешные взаимные рекламные кампании в соцсетях Instagram и TikTok (запрещены в России).

В период 2020–2021 гг. международные отношения российских городов продолжали развитие при условии взаимной заинтересованности сторон в проведении совместных мероприятий в формате онлайн или других форматах, не требующих очного взаимодействия. Среди примеров можно отметить обмены видеозаписями с обращениями глав городов по случаю праздников и значимых событий в городах-побратимах, видеоконференции в формате онлайн, товарищеские шахматные турниры на онлайн-платформах и т.п. Отдельного внимания заслуживает практика получения российскими муниципалитетами гуманитарных грузов от городов-побратимов КНР.

После 24 февраля 2022 г. некоторые города России получили официальные уведомления о прекращении дружеских отношений или приостановлении сотрудничества в одностороннем порядке от муниципалитетов ряда стран Европы и Северной Америки. Часть муниципалитетов недружественных стран фактически присоединилась к санкционным мерам по отношению к российским городам, ограничив каналы коммуникации и приостановив исполнение протоколов сотрудничества.

Проведенное в 2023 г. под эгидой Союза российских городов исследование влияния санкционной политики на международное сотрудничество и институт побратимства (анкетирование специалистов из 57 городских округов и муниципальных районов из 7 федеральных округов Российской Федерации, а также пул экспертных глубинных интервью с сотрудниками РОИВ, отвечающих за взаимодействие с городами-побратимами) позволило выявить актуальные тенденции в сфере международного и межмуниципального сотрудничества, развития международных гуманитарных связей. В частности, аналитика продемонстрировала, что благодаря развитию сотрудничества с партнерами в странах СНГ и Азии российским городам удалось значительно снизить негативный эффект от потери связей с побратимами в Европейском Союзе и Северной Америке. Доля утраченных связей составила не более 25% от количества городов-побратимов и городов-партнеров по состоянию на начало 2022 года. Более половины исследуемых муниципальных образований смогли сохранить или увеличить общее количество городов-побратимов и городов-партнеров (28 городов сократили количество международных контактов, 8 городов сохранили связи на прежнем уровне, 21 городу удалось увеличить количество связей).

Рассматривая влияние санкционной политики на практическую реализацию проектов и мероприятий в рамках международного сотрудничества муниципалитетов, следует отметить, что радикального падения показателей не наблюдается. На 53 остановленных проектах в рамках побратимства участвовавших в исследовании городов приходится 41 новый план сотрудничества, которые предусматривают проведение совместных мероприятий и визиты культурных и экономических делегаций. Активнее всего «замещение» пула городов-побратимов происходит посредством:

– установления отношений с вновь присоединенными регионами РФ (обычно – в соответствии с распределением экономической и иных форм поддержки новых территорий между субъектами РФ. Пример: Чебоксары - Торез);

- установления отношений с городами стран СНГ (в приоритете и с большим отрывом – города Республики Беларусь. Пример: Самара – Брест; Астрахань – Атырау);
- установления побратимств между городами России (Пример: Великие Луки – Сестрорецк).

Лидерами по числу заключенных соглашений о дружеских отношениях являются города – административные центры регионов ПФО, УФО, ЮФО, СЗФО, СФО, ДВФО. Среднее количество зарубежных городов-побратимов и партнеров у крупных городов РФ – более 15. Это свидетельствует о целенаправленной работе муниципалитетов по расширению и укреплению международных связей. В условиях агломерационной стратегии развития России (сосредоточение ресурсов в крупных городах) и утвержденного мастер-планирования 12 туристских макротерриторий (с опорой на логистику городов с международными аэропортами), интенсивное горизонтальное взаимодействие городов встраивается в логику развития городского туризма и городов как хабов внутреннего и въездного туризма.

В 2024 г. Россотрудничество разработало и представило на рассмотрение главам крупнейших муниципалитетов методические рекомендации по работе с перспективными для заключения побратимских соглашений городами. В настоящее время методические рекомендации находятся в доработке с учетом внесения изменений в федеральное законодательство (Федеральный закон от 20.03.2025 N 33-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти»). Россотрудничество ведет эту работу во взаимодействии с Всероссийской ассоциацией развития местного самоуправления (ВАРМСУ) [4], ответственной за международный контур муниципального взаимодействия.

В настоящем виде рекомендации прямо и косвенно трассируют сценарии побратимства российских городов в том числе в интересах туризма. Так, в разделе, посвященном организационно-кадровым аспектам международного межмуниципального сотрудничества после указания, что в его основе «должен быть выбор релевантного для данного вида сотрудничества контрагента», в числе факторов потенциального комплементарного взаимодействия обозначено наличие «точек роста» – например, «расположенные на территории муниципалитета представляющие научный, туристический, экологический или иной социально-значимый интерес объекты..., а равно существующие... уникальные традиционные промыслы и народные традиции...» [1].

Выполнение задач, связанных с продуктивным развитием горизонтальных связей городов – запуск новых, а также поддержание (сохранение, развитие) действующих побратимств в том числе с учетом раскрытия их маркетингового дестинационного функционала – невозможно без качественного человеческого капитала. Последнее связано с таким набором компетенций стейкхолдеров процесса побратимства, которые сложно отделимы от производителя.

Термин нуждается в уточнении. Сегодня из публицистической риторики понятие «человеческий капитал» постепенно перетекает в официальную документацию – манифестирующего, предписывающего, рекомендующего характера. Измерение человеческого капитала, обозначаемое и каскадируемое в нормативных документах всех уровней, обретает холистический характер и применяется практически ко всем аспектам регионального развития. При этом, например, в региональных стратегиях социально-экономического развития человеческий капитал категориально соотносится в первую очередь с инновационным технологическим развитием и переходом к новому укладу. Эта фокусировка на цифровой среде нередко затмевает базовые задачи по развитию человеческого капитала – обеспечению раскрытия талантов, преемственности проводимых в регионе исследований, формированию в регионе продуктов и предложений, повышающих его конкурентные позиции в борьбе за таланты. Здесь важно отметить, что международные связи региона и муниципалитета – как сохраненные, так и системные новые – выступают не только одним из прямых заказчиков такой работы с человеческим ресурсом, но и фактором повышения привлекательности региона для внешних аудиторий, а также лояльности внутренних.

Что позволяет относить категорию «человеческого капитала» к духовному производству в принципе – подразумевая при этом, что «человеческий капитал» не есть сумма сложения личностных потенциалов многих людей, измеряемая только количественным (приращением знаний, скоростью их освоения, оперативностью внедрения в практику и др.)? Отнесение категории



к духовному производству предполагает учет качественных изменений человеческого потенциала – эволюции, происходящей с индивидуумами, сообществами, глобальным человечеством. Исторически наиболее проработанными с точки зрения научной рефлексии остается материальное производство и связанное с ним представление о человеческом капитале как о рабочей силе, а также предпринимательском потенциале. Новые контуры экономического уклада, основанные на технологической эволюции и связанными с нею социально-экономическими преобразованиями, имеет ряд концептуальных задач для рефлексии. Необходимость решения этих задач определяет запрос на принципиально новые менеджерские решения, продукты прорывных технологических инноваций и поведенческих изменений. Соответственно, качественно новая форма личностного потенциала имеет все основания быть отнесенной к духовному производству. Сегодня духовное производство осознается как драйвер развития. Без него невозможна социальная политика региона, муниципалитета, последовательное проведение ими в жизнь на своем уровне принципов и внешнеполитических задач России. Развитие горизонтальных партнерств городов, концепция «мягкой силы» и народной (а также деловой, культурной, социальной) дипломатии – факторы духовного (подвластного и обеспечиваемого человеком) производства, влияющие на реализацию верхнеуровневых государственных приоритетов.

Неотъемлемой частью региональных стратегий до 2030 года и федеральных документов выступают как факторы, связанные с развитием человеческого капитала, так и задачи несырьевого экспорта. Например, в уточненной в 2025 г. методологии Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ появился специальный раздел «Кадровые и трудовые ресурсы», а показатели деятельности по развитию несырьевого экспорта были расширены [2].

«Человеческий капитал» международных связей муниципалитетов – залог расширенного использования функционала института побратимства в том числе в интересах туризма. В свою очередь, развитые международные контакты городов как дестинаций создают новые рабочие места, стимулируют приток талантов (высококвалифицированных кадров, в том числе со знанием иностранных языков) в индустрию гостеприимства.

Культурно-средовой, образовательный эффект международного межмуниципального диалога – драйвер развития въездного туризма, снижающий эффект от пропагандистских и иных воздействий на выбор туриста. Запуск безвизовых режимов для группового въезда (Иран, КНР) способствует оживлению имеющихся побратимств городов России и указанных стран. Кроме того, активные побратимские связи способны хотя и не заменять собой, но оживлять длительные переговоры по введению преференциальных режимов въезда (побратимства российских и индийских городов).

Выделим два принципиальных направления задействования «человеческого капитала» в интересах туризма городов-побратимов:

1. Лизинг компетенций, дефицитных для развития дестинации

Например, в рамках стартовавшего в 1999 г. сотрудничества Кето и Йогьякарта японские специалисты по сохранению деревянных памятников (от 2 до 5 в смене) направлялись в Индонезию для обучения местных мастеров. Курировали проект в интересах сохранения уникальных объектов показа – исторических памятников, объектов культурного наследия и др. – департаменты культуры городов-побратимов.

2. Кадровое обеспечение процесса совместного туристского маркетинга

Например, в период пандемии взаимные рекламные цифровых кампании отложенного спроса между Краковом и Сопотом реализовывал проект команд городов-побратимов, включавшие с каждой стороны представителей турбизнеса, департаментов культуры, сотрудников конгресс-бюро и профессиональных объединений гидов. Подписанию в ноябре 2024 г. между Чжуньму и Мачу-Пикчу меморандума о взаимной туристической кооперации предшествовала работа межмуниципальной команды, включающая представителей турбизнеса, специалистов индустрии и представителей РОИВ со стороны Китая и Перу.

Инструмент повышения маркетинговой эффективности института побратимства для туристского продвижения городов зависит от двустороннего развития человеческого капитала (например, совместное (реверсное; путем взаимных обменов) обучение заместителей глав городов,



ответственных за международные связи). Логика «выращивания» побратимств включает наряду с прочим выявление, поддержку, интенсификацию существующих и перспективных партнерств между акторами индустрии гостеприимства с последующим закреплением их побратимом. В отличие от сложной практики модельного законодательства межгосударственных объединений (СНГ, БРИКС и др.), институт побратимства имеет модельную рамку несложной процедуры заключения партнерств. Текущие вызовы создают запрос на ее насыщение практической составляющей – а это требует нового уровня компетенций не только от сотрудников конкретного ИОГВ, но синхронизации этих компетенций через кросс-муниципальное международное обучение муниципалитетов (например, через кафедры ЮНЕСКО, по-прежнему функционирующие в России). Еще один фактор успеха перезагрузки побратимств – событийное и иное просвещение жителей городов-побратимов – потенциальных взаимных туристов, а также системная непрерывная медиатизация горизонтальных международных связей.

#### Список источников:

1. Информационно-аналитические материалы для муниципальных образований Российской Федерации по вопросам сотрудничества в культурно-гуманитарной и социальной сферах (в частности, в установлении и развитии побратимских и/или дружественных отношений с муниципальными образованиями иностранных государств [Электронный ресурс]. Москва, 2024. — Россотрудничество.
2. Параметризация методологии Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ 2025 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://asi.ru/upload/docs/investclimate/Parametres-2025.pdf> (дата обращения: 03.04.2025).
3. Побратимство городов: состояние, возможности развития, вызовы, приоритеты. Международная научно-практическая конференция. Москва, Тюмень, 23-24 апреля 2021 г. Сборник статей / Под ред. О.С. Пустошинской, Г. Саймонса, В.В. Никуленкова. — Тюмень: ТюмГУ, 2021 — 169 с.
4. Побратимство как инструмент мягкой силы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rs.gov.ru/news/pobratimstvo-kak-instrument-myagkoj-sily/> (дата обращения: 03.04.2025).

УДК 379.85

## СПЕЦИФИКА И ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ ФЕСТИВАЛЯ «СНЕЖНАЯ ОТКРЫТКА» НА ЛЕДОВОЙ ПОВЕРХНОСТИ ОЗЕРА БАЙКАЛ

**Будаева Д.Г.**, научный сотрудник лаборатории геоинформационных систем, Байкальский институт природопользования СО РАН, канд. геогр. наук, [budaevadarima@yandex.ru](mailto:budaevadarima@yandex.ru)

**Ботоева Н.Б.**, ведущий инженер лаборатории экономики природопользования, Байкальский институт природопользования СО РАН, [nadezhdabotoeva@yandex.ru](mailto:nadezhdabotoeva@yandex.ru)

**Дымбрылова С.Б.**, аспирант, Байкальский институт природопользования СО РАН, [dymbrylovasayana@yandex.ru](mailto:dymbrylovasayana@yandex.ru)

**Масличенко А.С.**, руководитель парк-отеля «Кумуткан», первый посол гостеприимства Республики Бурятия, [anna.maslichenko@gmail.com](mailto:anna.maslichenko@gmail.com)

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы организации туристских мероприятий на ледовой поверхности озера Байкал. На примере фестиваля «Снежная открытка», которое проводится в с. Максимиха Баргузинского района Республики Бурятия, представлена структура организации событийного мероприятия на ледовой поверхности озера Байкал. Дана подробная характеристика блоков, обеспечивающих вопросы регулирования водопользования на ледовой поверхности, экологического контроля, безопасности туристов и предоставления туристских услуг.

**Ключевые слова:** туризм, зимний отдых, ледово-снежный туризм, снег, лед, событийные мероприятия.

## SPECIFICS AND ORGANIZATION OF THE FESTIVAL «SNOW POSTCARD» ON THE ICE SURFACE OF LAKE BAIKAL

**Budaeva D.G.**, Researcher, Laboratory of Geoinformation Systems, Baikal Institute of Nature Management, Siberian branch of the Russian Academy of Sciences, Candidate of Geographic Sciences

**Botoeva N.B.**, Leading Engineer, Laboratory of Environmental Economics, Baikal Institute of Nature Management, Siberian branch of the Russian Academy of Sciences

**Dymbrylova S.B.**, Graduate student, Baikal Institute of Nature Management, Siberian branch of the Russian Academy of Sciences

**Maslichenko A. S.**, Head of the park-hotel «Kumutkan», the First Ambassador of hospitality of the Republic of Buryatia

**Abstract.** The issues of organizing tourist events on the ice surface of Lake Baikal are considered. Using the example of the «Snow Postcard» festival, which is held in the village of Maksimikha in the Barguzinsky district of the Republic of Buryatia, the structure of the organization of an event on the ice surface of Lake Baikal is presented. A detailed description of the blocks providing regulation of water use on the ice surface, environmental control, safety of tourists and provision of tourist services is given.

**Keywords:** tourism, winter recreation, ice and snow tourism, snow, ice, event tourism.

Работа выполнена в рамках гранта Российского научного фонда, проект № 24-78-10059 «Ледово-снежный туризм на Байкале: сравнительная оценка ресурсного потенциала и антропогенного воздействия».

В Байкальском регионе, который занимает ключевое место в пространственной структуре российского туристского рынка с тематической специализацией «организованный экологический

туризм», отмечается всплеск интереса к феномену ледово-снежного туризма, способствующего формированию новых туристских пространств и созданию уникального туристского продукта на основе льда и снега [3]. Все чаще внимание исследователей привлекает перспективность и значимость событийных мероприятий на Байкале в зимний период [2].

В разработанной в 2023 году по заказу Минэкономразвития России Федеральной туристической межрегиональной схеме территориально-пространственного планирования туристской макротерритории «Байкал» [10] отражено, что 1) озеро Байкал относится к числу наиболее популярных зимних дестинаций, где зимний туристский сезон длится с января по март. На макротерритории 6,5% (около 160 000 человек) от общего турпотока, который в 2022 году составил 2,53 млн человек, приезжает на Байкал в феврале и марте, чтобы посмотреть «байкальский лед», ледяные гроты и торосы, которые представляют уникальные туристические предложения; 2) Байкальский лед интересен как сам по себе (в том числе катание на коньках по озеру, ледяные гроты, ледяная баня и т.д.), так и в качестве новой видовой перспективы на природные достопримечательности; 3) на заледеневшем Байкале представлен активный туризм: маршруты на коньках, поездки на хивусах, снегоходах, путешествия по зимникам, подледная рыбалка и охота; 4) «Зимний Байкал» набирает популярность, зимний сезон может развиваться как наиболее прибыльный для местных туроператоров, поскольку привлекает высокобюджетных туристов; 5) Листвянское, Ольхонское направления предложены как лучшие направления для того, чтобы увидеть знаменитый «байкальский лед»; 6) Южный Байкал предлагается как направление наиболее комфортное из-за более высоких температур (в январе температура ощущается как  $-21,8^{\circ}\text{C}$ ).

Республика Бурятия является одним из ключевых российских регионов, где возможности и особенности развития туристско-рекреационных занятий в зимний период связаны с использованием ледовой поверхности оз. Байкал для организации различных видов туристических, спортивных, культурных и иных мероприятий, для экскурсионных и экспедиционных поездок.

Успешными примерами служат крупнейший в России международный фестиваль скорости на льду «Байкальская миля», являющийся уникальным событием в истории авто- и мотоспорта по установлению рекордов скорости на всех возможных видах техники по ледяному покрытию самого глубокого озера на планете [4], проект организации межрегионального туристского проекта «Сказочный Сагаалган в Бурятии» во время празднования Нового года по лунному календарю [5].

По данным полевых наблюдений, ледовая поверхность оз. Байкал используется для проведения фестивалей культуры, творчества и спорта конкурсов ледовой скульптуры, соревнований по подледной рыбалке, для экскурсионных поездок на хивусах, снегоходах, лыжах, пешком, катания на коньках и пр. При этом перечень мероприятий и используемых локаций только растет. В работе [3] выделены следующие подвиды ледово-снежного туризма, охватывающие различные туристские активности и мероприятия в зимнее время (рис. 1).

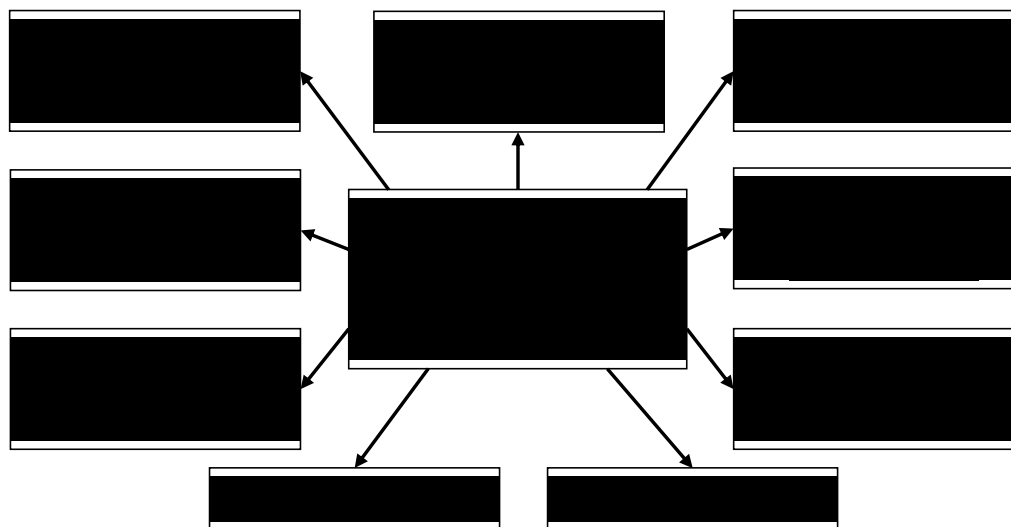


Рис. 1. Структура подвидов ледово-снежного туризма

Источник: [3].

Ключевое место в этой структуре занимают ледово-снежные событийные мероприятия, каковым является фестиваль «Снежная открытка», который с 2022 года регулярно проводится в с. Максимиха Баргузинского района Республики Бурятия. Бессменным организатором фестиваля выступает туристская компания ООО «Кумуткан». При этом помимо указанного фестиваля компания использует ледовую поверхность оз. Байкал для проведения и организации различных зимних мероприятий: чемпионат по хоккею с мячом СУЭК, Байкальский лыжный марафон, чемпионат по хоккею «Кубок двух озер», катание на коньках, минигольф, ледовый городок, ледовая фотозона, масленица [8].

На рисунке 2 представлена схема организации событийного мероприятия на ледовой поверхности оз. Байкал на примере фестиваля «Снежная открытка».

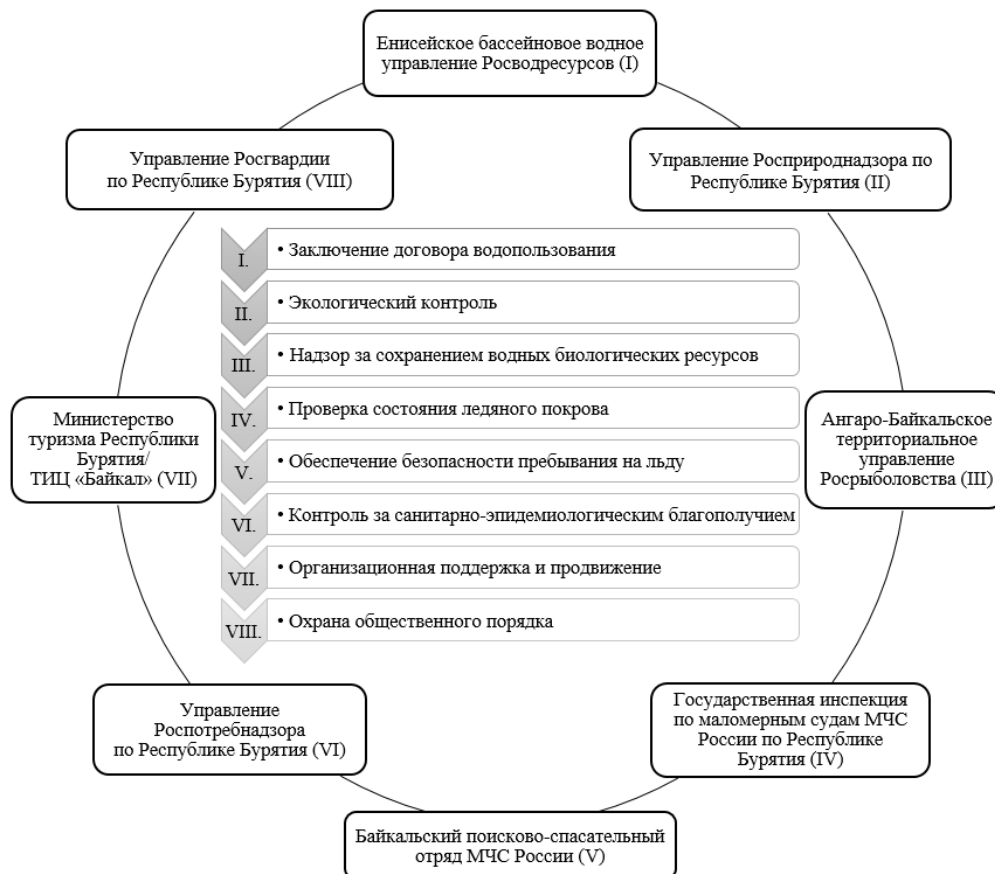


Рис. 2. Схема организации событийного мероприятия на ледовой поверхности водного объекта

Источник: составлено авторами

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 11 Водного кодекса РФ водные объекты предоставляются в пользование, в том числе рекреационное, на основании договоров водопользования. ООО «Кумуткан» заключен договор водопользования с Енисейским бассейновым водным управлением Федерального агентства водных ресурсов [8]. Согласно условиям договора, водопользователь должен вести регулярное наблюдение за состоянием водного объекта и его водоохранной зоной. Забайкальским межрегиональным управлением Росприроднадзора производятся замеры пробы воды. Следует отметить, что несоблюдение водопользователем указанных в договоре условий и требований, либо грубое нарушение требований влекут прекращение права пользования водным объектом в порядке, установленном водным законодательством. Для оценки влияния мероприятия на водные биологические ресурсы необходимо согласование с Ангара-Байкальским территориальным управлением Росрыболовства.

Ключевыми органами по обеспечению безопасности пребывания на льду оз. Байкал являются Государственная инспекция по маломерным судам МЧС России (ГИМС) и спасатели Байкальского поисково-спасательного отряда МЧС России (БПСО). Важным условием безопасного

пребывания людей на льду является проверка состояния ледяного покрова на соответствие толщины льда прилагаемой нагрузке. Организатор мероприятия направляет письмо-запрос в МЧС на проведение замеров и согласование безопасности. Сотрудниками ГИМС МЧС проводится проверка состояния ледяного покрова (толщина, плотность и структура) на участках проведения мероприятий и даются рекомендации о возможности и сроках проведения мероприятий. Замеры производят минимум дважды: за неделю и за день до мероприятия. Соответствие толщины льда прилагаемой нагрузке указана в Правилах поведения на льду и выезд на переправу [9] (табл. 1).

Таблица 1. Условия безопасного пребывания людей на льду

| Нагрузка                                                  | Безопасная толщина льда |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------|
| Один человек                                              | Не менее 7 см           |
| Сооружение катка                                          | 12 см и более           |
| Совершения пешей переправы                                | 15 см и более           |
| Организация массовых спортивных и праздничных мероприятий | не менее 25 см          |
| Проезд автомобилей                                        | Не менее 30 см          |

Источник: [9].

На организаторов мероприятий возлагаются обязанности и ответственность за предотвращение захламления территории отходами, попадания на лед машинных масел и иных горюче-смазочных материалов, установлены требования к оборудованию съезда на лед твердым покрытием. Управление Росприроднадзора по Республике Бурятия проводит внеплановые проверки водопользователей оз. Байкал. Замеры пробы воды производятся до и после мероприятия.

Сотрудники Росгвардии, ответственные за обеспечение безопасности общественного порядка, патрулируют места проведения мероприятий на аэролодках, снегоходах, квадроциклах, автомобилях высокой проходимости. ГИМС и БПСО, проводят профилактические беседы с участниками и гостями о правилах поведения на льду.

Выполнение услуг средств размещения, перевозки туристов различными видами транспорта, предприятий общественного питания, туроператоров и турагентов, операторов туристских информационных систем, инструкторов-проводников, исполнителей экскурсионных услуг контролируется Управлением Роспотребнадзора по Республике Бурятия.

В 2025 году туристско-информационный центр «Байкал» оказал фестивалю информационную поддержку. В 2026 году согласно распоряжению главы Республики Бурятия Алексея Цыденова фестиваль «Снежная открытка» получит статус официального республиканского события. Организаторы рассчитывают на финансовую и организационную помощь Министерства туризма Республики Бурятия для расширения фестиваля.

Суть фестиваля – создание огромных ледяных композиций на льду Байкала. Для точного размещения этих композиций используется предварительная геодезическая разметка. Заметно вырос масштаб фестиваля: если в 2022 году площадь ледовой «открытки» составляла 200 квадратных метров (20 метров на 10 метров), то к 2025 году она увеличилась до 1600 квадратных метров (40 метров на 40 метров) (табл. 2).

Таблица 2. Обзор фестиваля «Снежная открытка» за 2022-2025 годы

| Годы | Размер снежной открытки | Тематика открытки                                               | Количество участников | Виды туристских активностей             | Перспективы развития                                          |
|------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 2022 | 20м * 10м               | Национальное бурятское блюдо бууза и дом-очаг                   | Около 100 человек     | Ледовый городок                         | Гости парк-отеля, жители с. Максимиха, друзья и коллеги       |
| 2023 | 20м * 40м               | Мальчик и девочка в национальных костюмах. Эти элементы легли в | 300 человек           | Ледовый городок, боулинг, ледяные чаши, | Гости из Улан-Удэ и районов Республики Бурятия, туристические |



| Годы | Размер снежной открытки | Тематика открытки                                                                         | Количество участников | Виды туристских активностей                                                        | Перспективы развития                                                           |
|------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
|      |                         | основу официально зарегистрированного логотипа фестиваля                                  |                       | экстремальные гонки, лабиринт                                                      | группы из других регионов                                                      |
| 2024 | 20м * 47м               | Бурятское соембо состоит из трех элементов: луны, солнца и огня                           | 900 человек           | Ледовый городок, боулинг, ледяные чащи, катание на коньках                         | Участие различных организаций, которые создали на льду логотипы своих компаний |
| 2025 | 40м * 40м               | Лотос – символизирует в буддизме изначальные воды, духовное раскрытие, мудрость и нирвану | Более 1000 человек    | Ледовый городок, три ледовых поля для катания на коньках, на санях, гольф, боулинг | Участие гостей из Китая, Монголии и других регионов России                     |

Источник: составлено авторами

Поскольку фестиваль проводится в дни празднования одного из главных национальных праздников Республики Бурятия – Сагаалгаан (Новый год по лунному календарю), то все композиции традиционно посвящаются данному празднику, традициям и обычаям бурятского народа (рис. 3).



Рис. 3. Снежные открытки на льду Байкала за 2022-2025 гг.

Источник: [8].

В рамках основного фестиваля «Снежная открытка» гостям и участникам также предлагаются разные виды активностей, такие как ледовый городок, катание на коньках, на санях, гольф, боулинг и др. Также организаторами предусмотрены Food-зоны, в том числе, с национальными блюдами, лавка сувениров и другие ресурсы.

Во время праздника уделяется особое внимание обеспечению качества природной среды. Так, осуществляется отдельный сбор мусора, соблюдаются правила экологического поведения – Байкальский экоэтикет, разработанный Анной Масличенко совместно с гидом Натальей Мясниковой. Отметим, компания «Кумуткан» демонстрирует примеры экологической ответственности, но пока это скорее отдельные проявления, чем системные мероприятия экологической политики предприятий туристической индустрии региона [1].

В ноябре 2024 г. фестиваль «Снежная открытка» получил гран-при Международной премии в области событийного туризма Russian Event Awards в номинации «Лучшее туристическое событие, основанное на природном явлении или географическом положении» [7].

Таким образом, исследование показало, что фестиваль «Снежная открытка», является уникальным событием, основанным на использовании природного ресурса льда и снега, и способствует расширению спектра зимних развлечений и деятельности, а также повышению привлекательности ледово-снежного туризма на Байкале.

#### Список источников:

1. Андреева А.М., Максанова Л.Б.Ж., Моглоева Т.В. Экологическая политика предприятий в сфере туризма / А.М. Андреева, Л.Б.Ж. Максанова, Т.В. Моглоева // Общество: политика, экономика, право. – 2022. – № 3 (104). – С. 45-50.
2. Блинникова А.В., Большедворская М.В., Фальковская Т.Ю. Экономика впечатлений и зимний креативный туризм на Байкале: постковидная перезагрузка / А.В. Блинникова, М.В. Большедворская, Т.Ю. Фальковская // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона: Материалы VI Международной научно-практической конференции, Иркутск, 29–30 мая 2024 года. – Иркутск: Репроцентр+. – 2024. – С. 371-378.
3. Будаева Д.Г., Еремко З.С., Андреева А.М., Дымбрылова С.Б. Ледово-снежный туризм: понятие, факторы развития и практические примеры / Д.Г. Будаева, З.С. Еремко, А.М. Андреева, С.Б. Дымбрылова // Общество: политика, экономика, право. – 2024. – № 12 (137). – С. 110-118.
4. Гриванова О.В., Литченко Д.А. Подготовка автомобилей к соревнованиям «Байкальская миля» / О.В. Гриванова, Д.А. Литченко // Наука, меняющая жизнь: Сборник материалов национального научного форума магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Владивосток, 19–20 июня 2023 года. – Владивосток: Владивостокский государственный университет. – 2023. – С. 175-179.
5. Дмитриев В. В., Харитонов О. Б. Межрегиональный туристский проект «Сказочный Сагаалган в Бурятии» // Индустрия туризма и гостеприимства в контексте межкультурной коммуникации: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 80-летию ДВГУПС и 15-летию кафедры «Международные коммуникации, сервис и туризм», Хабаровск, 02–04 марта 2018 года / Под редакцией В.А. Чернова. – Хабаровск: Дальневосточный государственный университет путей сообщения. – 2018. – С. 127-131.
6. Информация о предоставлении водных объектов в пользование по состоянию на 05.12.2024 // Официальный сайт Федерального агентства водных ресурсов (РОСВОДРЕСУРСЫ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://voda.gov.ru/activities/informatsiya-o-predostavlenii-vodnykh-obektov-v-polzovanie/560218/>
7. Международная премия в области событийного туризма RUSSIAN EVENT AWARDS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rea-awards.ru/>
8. Парк-отель «Кумуткан» в Максимихе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kumutkan.ru>
9. Правила поведения на льду и выезд на переправу // Официальный сайт Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и

ликвидации последствий стихийных бедствий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://mchs.gov.ru/deyatelnost/bezopasnost-grazhdan/pravila-povedeniya-na-ldu-i-vyezd-na-perepravu\\_7](https://mchs.gov.ru/deyatelnost/bezopasnost-grazhdan/pravila-povedeniya-na-ldu-i-vyezd-na-perepravu_7)

10. Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования макротерритории «Байкал»: ВЭБ.РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://xn--90ab5f.xn--p1ai/turisticheskie-skhemy/index.php?sphrase\\_id=3246361](https://xn--90ab5f.xn--p1ai/turisticheskie-skhemy/index.php?sphrase_id=3246361)
-

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНОВ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

**Гладкевич Г.И.**, доцент кафедры экономической и социальной географии России географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, [dolph-glad@mail.ru](mailto:dolph-glad@mail.ru)

**Аннотация.** Размещение турфирм в крупных городах, особенно столицах, влечет за собой удорожание услуг на проживание, питание, транспорт, потерю времени в связи с перегруженностью транспорта. В то же время, если центр пребывания сместить в малые города, расположенные максимально удобно по отношению к другим центрам посещения, в данном случае, историческим городам, о которых идет речь в данной работе, то турист может сэкономить по всем статьям, включая и время, и деньги. Выбор таких «узловых» точек должен сопровождаться приоритетом в финансировании, что приведет к выигрышу всей региональной туристской системы.

Наибольшая концентрация городов с историческим статусом характерна для 13 регионов России. Именно при такой «скученности» имеет смысл выбрать для размещения туристов город, имеющий идеальное транспортное расположение по отношению ко всем объектам посещения для экономии времени и других материальных затрат. При этом можно рассматривать не один такой «транспортный узел», а несколько, близких к идеалу, отдав предпочтение тому из них, который обладает дополнительными привлекательными, с точки зрения туризма, качествами (природа, экология, социальная инфраструктура и т.д.). Нахождение таких узловых центров можно рассчитать с использованием формулы гаверсинусов. Для большей достоверности результата смоделирована уточняющая оценка, опирающаяся на понятие географического потенциала территории (ГПТ).

**Ключевые слова:** исторические города, туристский потенциал, теория гаверсинусов; транспортный узел, географический потенциал территории

**Благодарности:** Статья выполнена в рамках темы НИР Кафедры Экономической и социальной географии Географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова «Современная динамика и факторы социально-экономического развития регионов и городов России и стран Ближнего Зарубежья» (ГЗ) (1 января 2021 – 31 декабря 2025).

## SOCIO-ECONOMIC POTENTIAL OF REGIONS AS A FACTOR IN TOURISM DEVELOPMENT

**Gladkevich G.I.**, Associate Professor, Department of Economic and Social Geography of Russia, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** The placement of travel agencies in large cities, especially capitals, entails increased prices for accommodation, food, transportation, and loss of time due to overloaded transportation. At the same time, if the center of stay is shifted to small towns located most conveniently in relation to other visiting centers, in this case, the historical cities discussed in this work, then the tourist can save on all counts, including time and money. The selection of such “nodal” points should be accompanied by priority in financing, which will lead to a win for the entire regional tourism system.

The highest concentration of cities with historical status is typical for 13 regions. It is with such “crowding” that it makes sense to choose a city for accommodating tourists that has an ideal transport location in relation to all the places of visit in order to save time and other material costs. In this case, it is possible to consider not just one such “transport hub”, but several, close to the ideal, giving preference to the one that has additional attractive qualities from the point of view of tourism (nature,



*ecology, social infrastructure, etc.). The location of such nodal centers can be calculated using the haversine formula. For greater reliability of the result, a clarifying assessment based on the concept of the geographical potential of the territory (GPT) was modeled.*

**Key words:** *historical cities, tourism potential, haversine theory, transport hub, geographical potential of the territory*

**Acknowledgments:** *The article was written within the framework of the research topic of the Department of Economic and Social Geography of the Faculty of Geography of Moscow State University named after M.V. Lomonosov "Modern dynamics and factors of socio-economic development of regions and cities of Russia and the countries of the Near Abroad" (GZ) (January 1, 2021 - December 31, 2025).*

К основным мотивам стимулирования государством развития внутреннего туризма относится не только экономическая выгода, создаваемая, в том числе, привлекательностью того или другого объекта. Государство заинтересовано в расширении кругозора своих граждан, осознании собственной национальной самобытности, укреплении причастности к отечественной культурной среде.

Рост числа объектов туризма следует связывать, помимо влияния природно-географических и социально-географических факторов общего порядка (уровня жизни, развития инфраструктуры), с растущим уровнем образования населения и его стремлением познать культурное наследие страны путем непосредственного знакомства с ним на месте.

Социально-экономические факторы меняют модели личного потребления целых слоев общества. Туризм стал существенной потребностью образованного человека.

Быстрый прогресс в области транспорта и связи позволяют придать туризму массовый характер. Наиболее востребованными стали автомобильный и авиационный виды транспорта. Появились новые факторы развития, такие как туристские информационные и маркетинговые технологии, без которых успешная деятельность на рынке в настоящее время невозможна.

Социально-экономические факторы оказывают большое влияние на развитие туризма благодаря увеличению свободного времени, точнее, стремлению его организации.

Благодаря совершенствованию средств информационного обеспечения и компьютерного оформления туров появляются новые места туристского назначения, упрощается организация поездок и удовлетворение запросов путешествующих лиц.

Каждая страна имеет собственное неповторимое сочетание факторов, следовательно, для каждой страны должна разрабатываться своя стратегия развития туризма на основе анализа этих факторов.

В основе туристического процесса лежит *мотивация*, подкрепленная платежеспособным спросом на тот или иной вид, форму, направление и другие признаки структуризации туристического рынка. Движущей силой мотивационного решения в туризме является стремление к познанию, которое растет вместе с уровнем образования. Человеческие потребности сформированы в группы, которые объединены в соответствии со строгой иерархией. Изображается такая теория в виде пирамиды, где в основании расположены базовые нужды организма (сон, пища, отдых), на вершине – достижение максимального развития личности, полное раскрытие ее природного потенциала, задатков и способностей.

Анализируя иерархию потребностей туриста по А. Маслоу, подчеркнем особую роль потребности самовыражения и развития, связанные с внутренним состоянием человека, уровнем его культуры (рис. 1).

Мотивация действий туриста остается недостаточно изученной сферой, но статистика подтверждает рост потребности в путешествиях, связанных с духовной сферой, с движением. Активный отдых становится все более востребованным.

Мироненко Н.С. и Твердохлебов И.Т. [4], выделив объективные факторы (социально-экономические, демографические, природно-географические, научно-технические и медико-биологические факторы), подчеркивают важную роль национальных традиций, моды, рекламы.

Некоторые туристы находят особый смысл в общении с местными жителями, полагая, что это поможет им глубже познать их традиции, образ жизни.



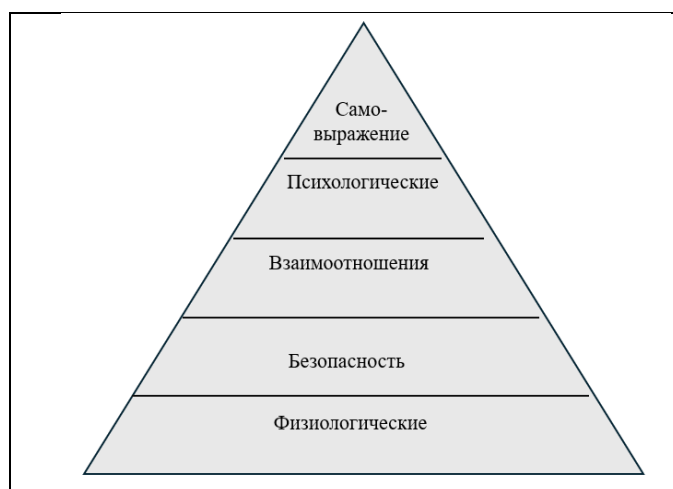


Рис. 1. Иерархия потребностей туриста (по А. Маслоу)

Источник: [3].

Для выбора того или другого туристского объекта (в т.ч. в качестве инвестиционного) важен информационный фактор. Увеличению информации и продвижению турпродукта на туристском рынке способствует реклама. Естественно, что для продажи и продвижения продукта необходимо существование потребности в нем, без этого любое коммуникационное воздействие бесполезно. Эффект воздействия рекламы на потенциального потребителя заключается в ее психологической эффективности, привлечении внимания, запоминаемости, воздействии на мотив принятия решения.

Интерес туриста к объекту посещения все чаще определяются его культурным потенциалом, выраженным в его историческом наследии. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить успешное развитие туризма в регионе. Знакомство с историей и историческими объектами – сильнейший побудительный туристский мотив.

Рост образования, возможности широкого *Знания* в наше время способствуют преобладанию духовных, нравственных и интеллектуальных интересов над материальными. Духовность является и свойством территории и заключается в объектах нематериального культурного наследия, расположенных на ней. Носителями исполнительских искусств, обычаев, обрядов, местом празднеств, знаний и навыков, связанных с традиционными ремеслами, являются в большей степени исторические города.

Чтобы привлечь массового туриста, место назначения должно быть доступным, а, значит, с развитым транспортным сообщением.

Добавим такой фактор, как «географическая величина места проживания» клиента, определяемая параметрами территории, которая дарит разнообразие мест отдыха и путешествий и расстояния, условий и стоимости проезда.

Названные факторы необходимо учитывать при производстве туристских услуг. Поскольку объекты туризма, как правило обладают отдельным неповторимым сочетанием привлекательных черт, то программы вовлечения их в туристическую деятельность должны быть индивидуальными.

Также следует учитывать, что туристскому спросу свойственен динамизм, связанный, прежде всего, с прогрессом науки и техники, с переменами в политической, экономической и социальной сферах, с повышением материального благосостояния и покупательной способности населения [1].

Динамика спроса и предложения придают туризму такое свойство как эластичность. Туристский спрос характеризуется концентрацией во времени и пространстве.

Для малых исторических городов России, экономическая жизнь которых в настоящее время претерпевает кризис, важным фактором туристского (а, значит, и экономического, и социального в целом) развития может стать их культурное наследие, древняя и богатая культура. Необходимо возрождать исторические центры через культ инвестиций в культуру.

Стратегией пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 года предусмотрен особый механизм обеспечения развития для малых и средних городов, которые признаны опорными населенными пунктами для прилегающих территорий [6]. Планируется утверждение комплекса мер по социально-экономическому и инфраструктурному развитию городов, рассматриваемых в качестве опорных населенных пунктов и порядок приоритетной государственной поддержки их развития.

Сохранение городов, обладающих культурным наследием, признается одним из приоритетов государственной культурной политики. Указывается на необходимость повышения роли объектов культурного наследия, сохранения исторической среды городов и поселений, в том числе малых городов, создание условий для развития культурно-познавательного туризма. Статус исторического поселения предоставляет малым городам шанс заявить об историко-культурной ценности застройки в установленных границах территорий как о мощном градообразующем факторе.

Благоприятное воздействие индустрии туризма для жителей тех мест, где расположены туристические объекты, выражается в том, что эта деятельность для них носит не развлекательный характер, а представляет собой способ обеспечения рабочими местами большого количества людей.

Последнее особенно важно, так как в постсоветский период времени многие малые города столкнулись с закрытием предприятий, оказавшихся неэффективными в новых экономических условиях. Общей проблемой для малых городов, в том числе и исторических, является проблема дефицита бюджета, восполняемая различными субвенциями и дотациями из областного и федерального бюджета, которых недостаточно.

Перед городами, обладающими богатым историко-культурным наследием, стоит двоякая задача: с одной стороны – сохранение историко-культурного наследия, расположенного как правило в историческом центре города; с другой стороны, – необходимость привлечения инвесторов, которые, в первую очередь, проявляют интерес к центральным, историческим частям городов и отказываются от реставрации памятников истории и культуры в пользу постройки нового здания, а, значит, сноса тех объектов, которые имеют историческую ценность [5].

Но печальным последствием таких решений является (при наличии утвержденных зон охраны исторического центра города) то, что теряется историческая привлекательность, а, значит, и значимость таких городов.

Вместо оценки исторического наследия малых городов как социально-экономического фактора развития региона, оно становится для него препятствием, чем и объясняются частые нарушения установленных ограничений.

Нельзя сказать, что эта проблема полностью игнорируется. Государство выделяет средства из федерального бюджета по линии Министерства культуры для реставрации культурных объектов федерального значения, расположенных в исторических городах. На государственном уровне утверждена программа развития внутреннего туризма в России с акцентом создания городской инфраструктуры для приема туристов. В 2018 г. Агентством стратегических инициатив (АСИ) был проведен конкурс на реализацию проектов по развитию малых городов, который нацелен на формирование базы лучших инициатив для реализации в регионах РФ.

Однако, указанных мер явно недостаточно для роста туристического потока. Требуются меры по реализации роли историко-культурного наследия как важного *культурного капитала* города и региона в целом, а сферы туризма как механизма валоризации культурного капитала.

В связи с этим, еще раз следует подчеркнуть роль информационного фактора и рекламы, что в некоторых случаях является определяющим для принятия инвестиционного решения.

В данной публикации не рассматривается совершенствование механизма источников пополнения местного бюджета. Специалисты отмечают, что при нынешней ситуации большинство налогов, генерируемых на территории исторического города, изымаются фискальными мерами в областные и федеральный бюджеты, а в бюджете города остается, в лучшем случае, десятая часть. И, хотя увеличение туристического потока решает проблему занятости местного населения благодаря сфере туризма, а, значит, и торговли, та часть населения, которая не заинтересована в

рабочих местах подобного рода (речь идет, прежде всего, о молодежи), не видит здесь для себя перспектив [5].

В настоящее время, исторические города, чаще всего, выступают транзитными пунктами при организации туров, когда туристы задерживаются в них, следуя по разработанному маршруту, на короткое время, максимум на несколько часов. Базовыми точками при организации туров являются, как правило, главные административные центры, которые и забирают максимальную часть доходов в свои бюджеты. Программа знакомства с историческими городами может быть изменена в пользу самих туристов и бюджетов малых городов, – обладателей культурного наследия.

Размещение турфирм в крупных городах, особенно таких, как Санкт-Петербург, Москва, Казань, Ярославль и другие, вызывает дополнительные расходы туристов на проживание, транспорт, питание, а, если речь идет о столицах, то и огромные потери времени, связанные с перегруженностью транспортных магистралей и так называемыми пробками.

Так, стоимость проживания за ночь в популярных отелях Москвы начинается от 3500 рублей. И это не центр города. В лучших гостиницах Владимира цены близки к названным.

В то же время, если пребывание организовать в малых городах, расположенных максимально удобно по отношению к другим местам посещения, о которых идет речь в данной работе, то турист может сэкономить по всем статьям, включая и время, и деньги. Конечно, после выбора таких «узловых» точек, следует дать им приоритет в финансировании, чтобы, впоследствии, вся региональная туристская система также выигрывала. Стоит подчеркнуть, что изменение таким образом стационара для туриста не наносит ущерба крупному административному центру, он остается объектом посещения.

Понятие «исторический город» было введено в мае 1970 года, когда Совет министров РСФСР утвердил список из 115 городов. К концу существования СССР республиканский список вырос почти вчетверо – до 478 городов, а также нескольких десятков поселков городского типа и сел. В июле 2010 г. Министерством культуры утвержден приказ, согласно которому перечень исторических городов России был сокращен более чем в 10 раз – с 478 до 41.

Наибольшая концентрация городов с историческим статусом характерна для 13 регионов России. Именно при такой «скупенности» имеет смысл, запуская региональную туристическую программу знакомства с культурно-историческим наследием региона, выбирать для размещения туристов город, имеющий идеальное транспортное расположение по отношению ко всем объектам посещения для экономии времени и других материальных затрат. При этом можно рассматривать не один такой «транспортный узел», а несколько, близких к идеалу, отдав предпочтение тому из них, который обладает дополнительными привлекательными с точки зрения туризма, качествами (природа, экология, качество дорог, социальная инфраструктура и т. д.).

Расчет такого узлового центра произведен с использованием формулы гаверсинусов<sup>2</sup>, которая определяет расстояние между двумя точками на сфере с учетом их долготы и широты.

Формула выглядит следующим образом:

$$d = 2r \arcsin \left( \sqrt{\sin^2 \left( \frac{\varphi_2 - \varphi_1}{2} \right) + \cos(\varphi_1) \cos(\varphi_2) \sin^2 \left( \frac{\lambda_2 - \lambda_1}{2} \right)} \right)$$

где  $d$  - расстояние между двумя точками вдоль большого круга сферы;

$r$  - радиус сферы;

$\varphi_1, \varphi_2$  - широта точки 1 и широта точки 2 (в радианах);

$\lambda_1, \lambda_2$  - долгота точки 1 и долгота точки 2 (в радианах).

Это похоже на то, как самолеты всегда используют маршрут минимального расстояния между точками для экономии топлива. Уравнения для вычисления кратчайшего расстояния между точками на поверхности Земли часто используются в навигации.

В математике вычисление расстояния таким способом считается более эффективным и во многих случаях более точным, чем вычисление его в прямоугольных системах координат, так как многие проекции, если неправильно выбраны, могут привести к значительным искажениям длин.

<sup>2</sup> Термин haversine был введен в 1835 году Джеймсом Инманом.

Пример расчетов представлен в таблице 1. При подготовке публикации расчеты были проведены по всем 85 регионам России.

Таблица 1.\* Расчет регионального идеального по транспортной доступности исторического города (наименьшее геометрическое расстояние от каждого города до гипотетического идеального транспортного центра территории, км)\*\*

|      | Регион, Город                | Min геометрическое расстояние                    | Max геометрическое расстояние                |
|------|------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 1.1. | <i>Московская область</i>    |                                                  |                                              |
|      | Волоколамск                  |                                                  | <b>115,65</b>                                |
|      | Зарайск                      |                                                  | <b>123,34</b>                                |
|      | Звенигород                   | <b>51,68 (2)</b>                                 |                                              |
|      | Подольск                     | <b>21,28 (1)</b>                                 |                                              |
|      | ...                          |                                                  |                                              |
| 1.9. | <i>Владимирская область</i>  |                                                  |                                              |
|      | Александров                  |                                                  | <b>118,01</b><br>(2-я максимальная величина) |
|      | Боголюбово                   | <b>4,73 (1)</b><br>(наименьшая величина)         |                                              |
|      | Владимир                     | <b>10,24 (2)</b><br>(вторая наименьшая величина) |                                              |
|      | Вязники                      |                                                  | 97,45                                        |
|      | Гороховец                    |                                                  | <b>131,59</b> (максимальная величина)        |
|      | Гусь-Хрустальный             | 59,29                                            |                                              |
|      | Киржач                       |                                                  | 105,69                                       |
|      | Ковров                       | <b>52,05 (5)</b>                                 |                                              |
|      | Меленки                      |                                                  | 111,70                                       |
|      | Мстера                       |                                                  | 85,56                                        |
|      | Муром                        |                                                  | 111,68                                       |
|      | Покров                       |                                                  | 90,05                                        |
|      | Ставрово                     |                                                  | 88,69                                        |
|      | Судогда                      | <b>27,96 (3)</b>                                 |                                              |
|      | Суздаль                      | <b>32,44 (4)</b>                                 |                                              |
|      | Юрьев-Польский               |                                                  | 66,87                                        |
|      | ...                          |                                                  |                                              |
| 5.1. | <i>Ленинградская область</i> |                                                  |                                              |
|      | Лодейное Поле                |                                                  | <b>205,31</b>                                |
|      | Павловск                     | <b>16,49 (2)</b>                                 |                                              |
|      | Пушкин                       | <b>12,78 (1)</b>                                 |                                              |
|      | ...                          |                                                  |                                              |
| 8.1. | <i>Республика Татарстан</i>  |                                                  |                                              |
|      | Елабуга                      | <b>98,43 (2)</b>                                 |                                              |
|      | Казань                       |                                                  | <b>103,72</b>                                |
|      | Свияжск                      |                                                  | <b>130,02</b>                                |
|      | Чистополь                    | <b>3,33 (1)</b>                                  |                                              |
|      | ...                          |                                                  |                                              |
| 9.1. | <i>Пермский край</i>         |                                                  |                                              |
|      | Ильинский                    | <b>0,31 (1)</b>                                  |                                              |
|      | Полазна                      | <b>12,87 (2)</b>                                 |                                              |
|      | Чердынь                      |                                                  | <b>220,82</b>                                |
|      | Кудымкар                     |                                                  | <b>111,57</b>                                |
|      | ....                         |                                                  |                                              |

\*Расчеты автора.

\*\* Из-за ограниченного объема публикации приведены только отдельные примеры расчетов. По Владимирской области приводится расчет по полному списку всех исторических городов региона (для большей наглядности). В таблице сохранена нумерация, данная регионам и центрам в первоначальной матрице (см. нумерацию на плоскостной матрице).

Для большей достоверности расчетов регионального идеального по транспортной доступности исторического города в конкретном регионе смоделирована логика оценки конкретного результата, опираясь на понятие *географического потенциала территории* (ГПТ).

ГПТ региона определяется по нескольким параметрам, а расчеты осуществляются в три этапа. На первом этапе учитывается положение региона по отношению к главному туристическому центру страны, – городу Москве. Это расстояние от административного центра до столицы в километрах, но с учетом площади территории, которая оценивается как важнейший пространственный ресурс (рис. 2).

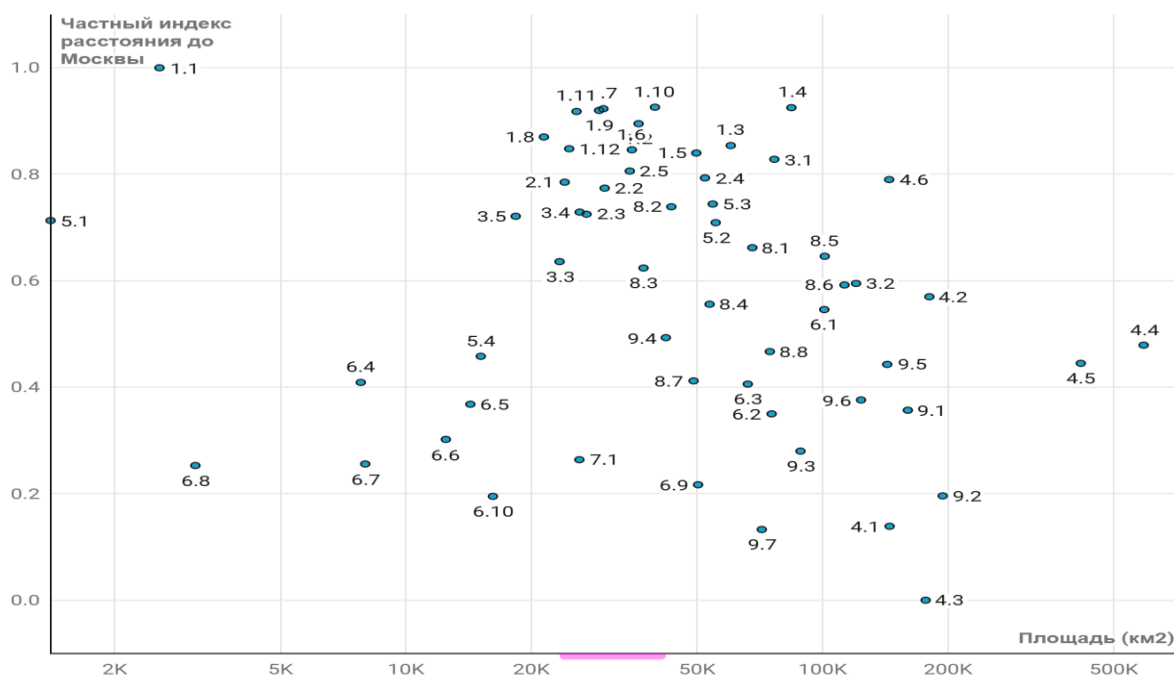


Рис. 2. Географический потенциал регионов России для целей туризма по их расположению к Москве\*.

\*Расчеты: Загрядских А. Р.; Трусов В. А. Материалы кафедры экономической и социальной географии России географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, 2025.

После фиксации расположения каждого региона на плоскостной матрице, осуществляется второй этап расчетов, учитывающий расстояние административного центра субъекта до гипотетического (условно выбранного, но реально существующего) центра экономического района, в составе которого он располагается.

За центр экономического района принимается всеми признанный наиболее крупный по численности населения город. Так, в Северном районе – это Архангельск, в Северо-Западном – Санкт-Петербург, в Центрально-Черноземном – Воронеж, в Поволжье – Казань и т. д.

Положение точек на графике не позволяет провести типологию регионов из-за их высокой концентрации на плоскости. Выход найден в применении логарифмической шкалы. Графики построены на базе платформы Datawrapper ([datawrapper.de](https://datawrapper.de)) – интерактивного приложения для таких целей (создания графиков, таблиц, дашбордов и карт).

Для получения интегрального показателя (удаленности субъекта от Москвы, и от центров экономических районов) был создан специальный индекс удаленности (с точки зрения потенциального туриста) города (ИУГ), в большой степени определяющий его привлекательность для посещения.

Индекс ИУГ получен применением «метода относительных разностей» [2] или «линейной нормализации» [7]. Параметры субъекта соотносятся с единицей, которая присваивается в первом варианте главному российскому центру, а во втором – районному.

1 – наименьшее расстояние до центра ЭР или Москвы), а 0 – максимальное расстояние. Оба полученных параметра получают как выражение их среднеарифметической их величины (рис. 3)



$$I = 1 - (X - X_{\min}) / (X_{\max} - X_{\min}),$$

где  $I$  – сводный показатель;

$X$  – частное значение показателя;

$X_{\min}, X_{\max}$  – минимальное и максимальное значение показателей в выборке.

Рис. 3. Формула метода относительных разностей

Итоговый график с учетом интегрального индекса удаленности города для потенциального туриста представлен на рис. 4.

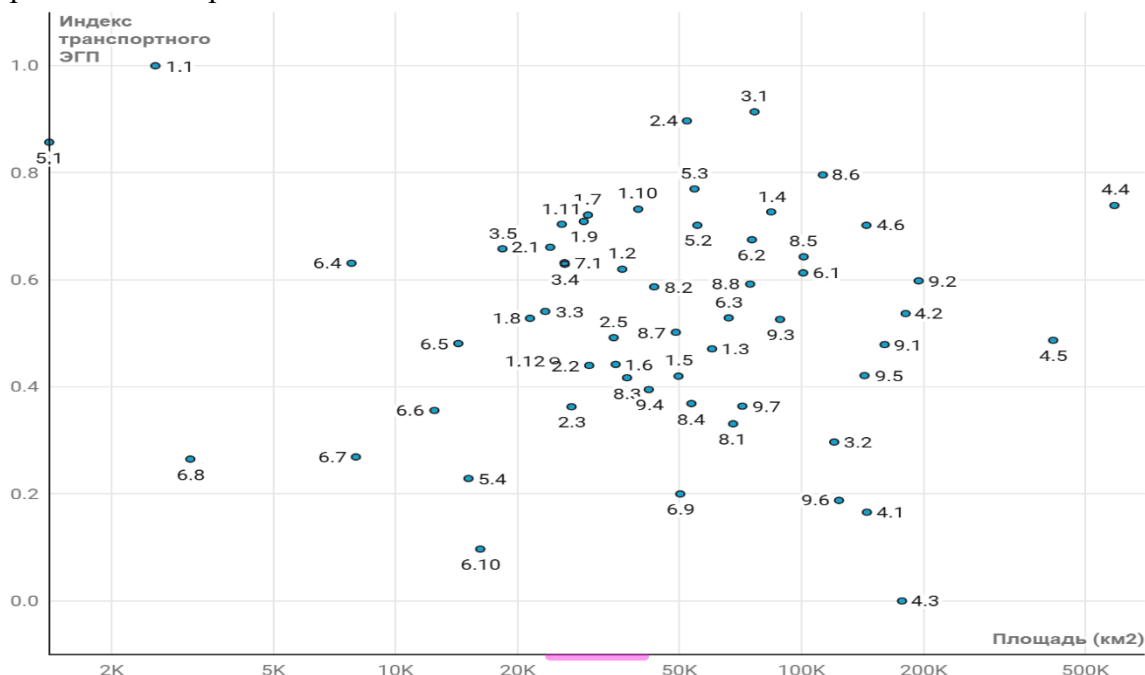


Рис. 4. Интегральный индекс удаленности крупного города России с точки зрения его туристской привлекательности\*

\*Расчеты: Загрядских А. Р.; Трусов В. А. Материалы кафедры экономической и социальной географии России географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, 2025.

Оценка удаленности городов страны с учетом их положения по отношению к районному центру показывает явное повышение их географического потенциала для целей туризма.

Согласно теме данного исследования дан ответ о положении малых исторических городов России (на примере городов европейской части России) (таблица 2).

Таблица 2. Интегральный индекс удаленности (ИИУ) малого города России (имеющего статус исторического) в границах региона его расположения (фрагмент расчетов)\*.

|      | Регион, город        | Min геометрическое расстояние             | ИИУ города* (ранг в регионе) |
|------|----------------------|-------------------------------------------|------------------------------|
| 1.1. | Московская область   |                                           |                              |
|      | Волоколамск          |                                           |                              |
|      | Зарайск              |                                           |                              |
|      | Звенигород           | 51,68 (2)                                 | 2-е место                    |
|      | Подольск             | 21,28 (1)                                 | 1-е место                    |
|      | ....                 |                                           |                              |
| 1.9. | Владимирская область |                                           |                              |
|      | Владимир             | 10,24 (2)<br>(вторая наименьшая величина) | 1-е место                    |
|      | Александров          |                                           | только 9-я позиция           |

|      | Регион, город                | Min геометрическое<br>расстояние         | ИИУ города*<br>(ранг в регионе) |
|------|------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------|
|      | Боголюбово                   | <b>4,73 (1)</b><br>(наименьшая величина) | 2-е место                       |
|      | Вязники                      |                                          |                                 |
|      | Гороховец                    |                                          |                                 |
|      | Гусь-Хрустальный             | 59,29                                    |                                 |
|      | Киржач                       |                                          |                                 |
|      | Ковров                       | <b>52,05 (5)</b>                         | 6-е место                       |
|      | Меленки                      |                                          |                                 |
|      | Мстера                       |                                          |                                 |
|      | Муром                        |                                          |                                 |
|      | Покров                       |                                          | 5-е место                       |
|      | Ставрово                     |                                          |                                 |
|      | Судогда                      | <b>27,96 (3)</b>                         | 3-е место                       |
|      | Суздаль                      | <b>32,44 (4)</b>                         | 4-е место                       |
|      | Юрьев-Польский               |                                          |                                 |
|      | ....                         |                                          |                                 |
| 5.1. | <i>Ленинградская область</i> |                                          |                                 |
|      | Лодейное Поле                |                                          |                                 |
|      | Павловск                     | <b>16,49 (2)</b>                         | 2-е место                       |
|      | Пушкин                       | <b>12,78 (1)</b>                         | 1-е место                       |
|      | ...                          |                                          |                                 |
| 8.1. | <i>Республика Татарстан</i>  |                                          |                                 |
|      | Елабуга                      | <b>98,43 (2)</b>                         |                                 |
|      | Казань                       |                                          |                                 |
|      | Свияжск                      |                                          |                                 |
|      | Чистополь                    | <b>3,33 (1)</b>                          |                                 |
|      | ....                         |                                          |                                 |
| 9.1. | <i>Пермский край</i>         |                                          |                                 |
|      | Ильинский                    | <b>0,31 (1)</b>                          |                                 |
|      | Полазна                      | <b>12,87 (2)</b>                         |                                 |
|      | Чердынь                      |                                          |                                 |
|      | Кудымкар                     |                                          |                                 |
|      | ....                         |                                          |                                 |

\*Приведены только крайние значения

\*\*Расчеты: Загрядских А. Р.; Трусев В. А. Материалы кафедры экономической и социальной географии России географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, 2025.

Рекомендации проведенного анализа могут послужить базой для реформирования и совершенствования территориальной организации системы предприятий и организаций туризма и путешествий в регионах, концентрирующих большое количество малых исторических городов с высоким потенциалом культурно-исторического наследия.

#### Список источников:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2001. 464с. – Глава VIII. Структура туристского рынка. – С. 396-417.
2. Бондарская Т.А. Методика расчета интегрального показателя развития человеческого капитала для формирования креативной среды // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – №9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-rascheta-integralnogo-pokazatelya-razvitiya-chelovecheskogo-kapitala-dlya-formirovaniya-kreativnoy-sredy> (дата обращения: 26.03.2025).
3. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е издание / Перевод с англ. – СПб.: Питер. – 2019. – 400с. – Серия «Мастера психологии».

4. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М.: Изд-во Московского университета. – 1981. – 207с.
5. Постолаки В.А. Культурное наследие исторических городов как фактор устойчивого экономического развития – зарубежный опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/kulturnoe-nasledie-istoricheskikh-gorodov-kak-faktor-ustoychivogo-ekonomicheskogo-razvitiya-zarubezh/> (дата обращения: 21.04.2025).
6. Программа «Круглого стола» на тему «Актуальные вопросы развития малых городов и исторических поселений в контексте решения задач пространственного развития Российской Федерации». Совет Федерации 16 февраля 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables/142744/> (дата обращения: 21.04.2025).
7. Старовойтов В.В. Нормализация данных в машинном обучении / В. В. Старовойтов, Ю.И. Голуб // Информатика. – 2021. – Т. 18, № 3. – С. 83-96. DOI 10.37661/1816-0301-2021-18-3-83-96.

## ТУРИСТСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РУБЕЖА ВРЕМЕН

**Голубчиков Ю.Н.**, ведущий научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, доцент, [golubchikov@list.ru](mailto:golubchikov@list.ru)

**Кружалин В.И.**, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, вице-президент Национальной академии туризма, д-р геогр. наук, профессор, [v.kruzhalin@gmail.com](mailto:v.kruzhalin@gmail.com)

**Аннотация.** Рассматривается влияние прогресса, пандемии и меняющегося образа жизни на туризм, рекреацию и образование. Пандемия ускорила тренды постмодерна, включая снижение роли труда и повышение приоритета здоровья. Карантин и самоизоляция снизили качество жизни, но также сделали людей более мобильными. Туризм перестал быть только атрибутом свободного времени и вошел в повседневную жизнь. Подчеркивается необходимость всеобщего и менее специализированного туристского образования. Туризм и краеведение могут стать эффективными средствами обучения и развития учащихся. Обучение на свежем воздухе рассматривается как «метанаука» и «метаобразование», способствующее синтезу знаний и удовлетворению рекреационных потребностей. Авторы отмечают, что сельский туризм, особенно посещение дач, стал массовым видом отдыха для россиян. Акцентируется необходимость государственной поддержки сельского туризма для сохранения национального наследия и безопасности.

**Ключевые слова:** свободное время, постмодерн, туризм, пандемия, отрицательные ионы кислорода, ландшафтотерапия, красота.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## TOURISM TRANSFORMATION AT THE MILESTONE TIME

**Golubchikov Y.N.**, Leading Researcher, Department of Recreation Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor

**Kruzhalin V.I.**, Head of the Department of Recreation Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Vice-president of the National Academy of Tourism, Doctor of Geographic Sciences, Professor

**Abstract.** The influence of progress, the pandemic and changing lifestyles on tourism, recreation and education is considered. The pandemic has accelerated postmodern trends, including the declining role of labor and increasing priority of health. Quarantine and self-isolation have reduced the quality of life, but also made people more mobile. Tourism has ceased to be just an attribute of free time and has entered everyday life. The need for general and less specialized tourism education is emphasized. Tourism and local history can become effective means of teaching and developing students. Outdoor education is considered as a "meta-science" and "meta-education" that promotes the synthesis of knowledge and the satisfaction of recreational needs. The authors note that rural tourism, especially visiting dachas, has become a mass type of recreation for Russians. The need for state support for rural tourism to preserve national heritage and security is emphasized.

**Keywords:** spare time, postmodern, tourism, pandemic, negative oxygen ions, landscape therapy, beauty.

***Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.*

### **Негативные социальные последствия научно-технического прогресса**

За последние сто лет наука и техника предоставили народу столь много новых технологий, что кардинально поменяли его жизнь. Время и силы у подавляющего большинства людей теперь не уходят целиком на борьбу с нуждой, за пропитание и выживание.

В настоящее время в невиданных масштабах возросло главное богатство человека – свободное время. И.В.Зорин и С.Г.Лаковский замечают, что, быть может, впервые в истории труд перестал быть жизненно необходимым в массовых масштабах. «Досуг, а не труд стал символом постмодернизма. Обслуживание деятельности людей в свободное время впервые стало основной хозяйственной деятельностью» [4, с. 75]. С возрастанием сектора свободного времени ожидалось неслыханное расширение возможностей научного, культурного и оздоровительного развития человека.

Но этого не произошло. Оттого, что люди стали летать из Москвы во Владивосток за 8 часов, времени у них больше не стало. Не прибавили его и мобильная связь и цифровые технологии. Одним времени стало еще больше не хватать, другие не смогли выдержать его бремя. Пустота свободного времени стала заполняться негативными (порочными) видами жизнедеятельности. При этом деградация человека идет уже не за счет рутины рабочего времени, а скуки свободного времени, которого становится все больше. Для многих отдыхом стала работа. «Сегодня именно свободное время стало основным фактором стресса, объясняющим почти 80% хронических заболеваний. Человек так намается в очередях, пробках, хрущевках, судах и разборках, что рабочее время все более используется им для восстановления сил (отсюда и низкая производительность труда)» [3, с. 251].

Таковы следствия игнорирования социальных последствий прогресса и забвения науки о свободном времени – рекреологии, в основоположники которой мы выдвигаем И.В.Зорина [12].

### **(Пост)пандемические трансформации туризма**

Туризм в последние десятилетия устойчиво ассоциировался с «устойчивым развитием». Игнорировалось, что для России, например, международный туризм до пандемии в определенной степени носил не только неустойчивый характер, но даже был источником устойчивой деградации. Весь он был ориентирован на выездной туризм, на Анталью, Ларнаку, Хургаду, Хайнань. Это направление было наиболее прибыльным и весомым для турфирм, но для России было «устойчиво убыточным» и превращало страну в донора на мировом туристском рынке. С международным туризмом из России в последние два десятилетия, вывозилось по разным оценкам от 5 до 53,5 (в 2013 году) млрд долларов.

Прогнозировался переход общества к глобальному туризму с путешествиями как универсальной и доминирующей чертой людей. Казалось, наступают времена беспрецедентной мобильности. Все политические, экономические и языковые барьеры представлялись преодолимыми благодаря технологиям и знаниям. Ожидалось, что универсальность путешествий станет стилем жизни нового человека [15].

Однако пандемия Covid-19, практически во всех странах мира остановила туризм и резко затормозила социально-экономическое развитие. При этом туризм явился главным фактором ее глобального распространения в начальной фазе ее развития и от нее же в наибольшей степени пострадал. Ни одна из отраслей не упала так быстро, как туристская. В туризме же все так увязано в технологические цепочки, что за ним схлопнулся весь его мультипликационный эффект. Приостановили работу рестораны, объекты туристского интереса, загрузка работающих гостиниц по всему миру снизилась до 5–10%. Резко сократилось количество авиарейсов и т.п. Существенно сократилось количество рабочих мест. Появились суждения о конце туризма. На деле же – это скорее его перезагрузка, что подтверждается темпами восстановления и развития индустрии туризма и гостеприимства. Какие же изменения привнес Covid-19 в жизнедеятельность людей и преобразование туризма?



Во-первых, пандемия интенсифицировала все тренды постмодерна. Среди них и снижение роли труда в жизни населения.

Во-вторых, здоровье в связи с пандемией стало важнейшим приоритетом людей. Это тоже один из трендов постмодерна.

В-третьих, по всему миру были введены карантин, самоизоляция и разрешительная система передвижения граждан. Эти меры существенно снизили качество жизни. Но, благодаря им, люди в своей массе сорвались с насиженных рабочих мест. Многие научились работать вне замкнутых микроколлективов. В то же время развитие технологий дистанционного обучения «отвязало» образование от конкретного места. Потенциально люди стали гораздо подвижнее.

Если еще недавно основу туристского рынка составляли оплачиваемые отпуска рабочих и служащих, то теперь для многих людей все стало туризмом. Туризм перестал быть атрибутом свободного времени и вступил в повседневную жизнь.

А.И. Зырянов выдвигает новое направление цифровой географии, одной из главных причин появления которой стал туризм. С цифровой географией идет совмещение рекреационной и трудовой деятельности, сокращается длительность туров. В период сомнений в необходимости географического образования для современных профессий, развитие цифровой географии, особенно в туризме, наиболее ярко демонстрирует всеобщую потребность в повышении географической культуры [5].

Туризм в таких условиях становится все более диверсифицированным и самостоятельным. На месте крупных фирм международного туризма с пандемией утверждаются небольшие бюро с эколого-краеведческой направленностью. Турист постмодерна уже не хочет платить гиду или турагентству. Туроперейтинг у него теперь на планшете или андроиде. Поезд, автобус, автомобиль и велосипед заменяют ему самолет. Вместо гостиниц предпочтение отдается квартирам, где можно приготовить еду без посещения кафе или ресторана. Все это требует кардинальной перестройки туристского образования. Оно должно становится более всеобщим и менее специализированным.

Существенно изменилось и обучение. Пожалуй, впервые в истории столь массово снизился авторитет взрослых, ведущий к отрицанию иерархии. Неограниченный доступ к информации придает обучающимся уверенность в своих взглядах, увлечение саморазвитием, повышенную потребность в признании, установке на гедонизм, нарциссизм и эгоизм [14]. Знания теперь передаются не столько через отца к сыну или от учителя к обучаемому, сколько через Интернет и компьютерные игры. Наступает осознание исчерпанности традиционного образования. Обучать надо не всему и впрок, а тому, что надо сейчас и тут, а задача учителя сводится к тому, чтобы «научить жить» и привить потребность постоянно учиться, наращивать свои компетенции.

Туризм становится эффективным средством наполнения учащихся именно теми знаниями, что пригодятся в жизни, и даже не знаниями, а пониманиями. Походы и путешествия учат быть готовым к неизбежным неожиданностям, связанным с преодолением пространства, наилучшим образом связывают обучающихся с обучаемыми. Взаимообучение в них идет в режиме коммуникации многих участников, включая преподавателя, а иногда и местных жителей. Полученное таким путем знание не отделяется от жизни и составляет с нею целое. Немаловажно, что участники похода непосредственно заботятся друг о друге. Наконец, в ходьбе ум, тело и мир сливаются в одно единство.

Обучение на свежем воздухе – это не просто предмет, не новая педагогика. Это метанаука и метаобразование (в отличие от физики, химии), подобно философии, истории, географии. В нем важны синтез, синергетика и при этом целевой функцией является удовлетворение рекреационных, образовательных и оздоровительных потребностей, постижение жизни образно-символическими способами интуиции и понимания.

С пандемией учащиеся чувствуют себя в заточении виртуального мира с онлайн лекциями и уроками. Вместе с тем эпидемиологи выяснили, что коронавирус не сохраняется в течение длительного времени на открытом воздухе. Отсюда следуют рекомендации проводить занятия вне помещений, чтобы учащиеся могли как можно больше находиться на свежем воздухе. Пандемия усилила значение того, что находится рядом с домом, и краеведение в этом плане может теперь составить душу и сердце школьного образования. Люди увидели местные парки, леса и храмы.

Оказалось, до восприятия их красот не надо совершать долгие путешествия. Краеведение должно воспользоваться этим глобальным импульсом к развитию образования. Образование не вправе упустить этот мощнейший ресурс осмысления мира через любовь к природе, отечеству и малой родине.

### Тренды деурбанизации

Пандемия и последовавшие геополитические события показали, что проживание в многоквартирном доме в районах с высокоплотной застройкой стало не просто неудобной, но и рискованной. Появились предложения расселения жителей мегаполисов по средним и малым городам с полицентрическим развитием урбанизированных территорий [7, 11]. Дачная субурбанизация стала рекреационной реакцией населения на пандемию. Это новый драйвер сельского развития. Его интенсификация и пространственное расширение создает предпосылки для восстановления брошенных сел и деревень.

Статистически российские туристы предпочитают отдых в сложившихся дестинациях, а доля сельского туризма в России оценивается лишь в 2% [9]. Но если в сельский туризм включить посещение дач, то окажется, что этот вид туризма наиболее массовый. Большинство россиян именно на дачах предпочитает проводить свои отпуска и выходные. На этом поприще отдых сливается с продовольственным самоснабжением. С вирусобоей рассредоточенный сельский туризм с его низкой плотностью снижает опасность заражения.

В России государство проявляет устойчивый интерес к поддержке сельского туризма, который является перспективным направлением, способствующим социально-экономическому развитию территорий. Он развивается стихийно. Между тем, сохранение села и загородного пейзажа все в большей степени рассматривается как дело сохранения нации, значит, национальной безопасности и национальной целостности. Возродить периферию сегодня во многих случаях могут рекреация и туризм. Прогнозируется, что количество сельских туристов к 2030 году вырастет до 7 млн человек в год.

Существует много работ, описывающих те угрозы, что несет туризм объектам природного и культурного наследия. Гораздо меньше говорится, как эти объекты возрождались благодаря туризму. Именно с него началось в конце 1950-х г.г. восстановление в России разрушенных храмов и монастырей. Поначалу оно касалось только образцов архитектуры XVI–XVII вв., но без туристско-краеведческого движения тех времен невозможно его представить. Как когда-то храмы, исчезают сегодня села, деревни, хутора, поселения, стойбища, заимки. Есть успешные примеры восстановления русских усадеб, но совершенно нет опыта реставрации культурного ландшафта ушедшей деревни с ее хлевами, банями, овинами, деревянной резьбой, техникой быта, традициями. А ведь они не раз спасали нас в тех подчас нечеловеческих условиях прошлого. И очень даже могут оказаться востребованными в будущем.

В свете возрастания неопределенностей важно сохранять и поддерживать отжившие технологии и архаики типа паровозов, пароходов, карбюраторных автомобилей, бипланов, парусников, дирижаблей, аэростатов или ездовых лошадей, отопления на дровах или водоснабжения на колодцах. В критическом режиме эти виды техники и жизнеобеспечения, сопутствующие им трудовые навыки могут выполнить труднопереоценимую роль. Их развитие и создание образцов нового поколения может быть даже поважнее всевозможных цифровых инноваций и самого что ни на есть хайтека. Сохранить отживающие архаики и уклады сегодня под силу только туризму.

### Где надо дышать?

Последствия пандемии стимулировали разработку и внедрение в услуги оздоровительных курортов реабилитационных программ, направленных на профилактику заболеваний дыхательных путей. Но чтобы активизировать деятельность кислорода в нашем организме, надо учиться не только, как правильно дышать, чему посвящены сотни руководств, но и, где надо дышать.

А.И.Зырянов в связи с пандемией добавляет к плотности населения новый географический показатель скученности населения [6]. Плотность проживания населения может быть не очень большой, но люди при этом проживают в очень скученном состоянии, например, в коммуналках, хрущевских многоквартирных домах, в армейских казармах или временно находятся в местах событийных

мероприятий. Высокая плотность и скученность населения – главные факторы любых заражений. Вероятно, они не раз служили причиной полного ниспровержения цивилизаций с переходом людей на оседлость.

Можно ожидать, что люди в северных мегаполисах более подвержены заражениям, поскольку больше времени проводят в замкнутых пространствах офисов, метро, транспорта, жилища. А.Л. Чижевский [13] полагал, что воздух, выдыхаемый людьми один из наиболее опасных видов загрязнений. Люди вокруг нас бывают больны, не обязательно инфекционно. Их выдохи содержат опасные для окружающих мельчайшие частицы их организмов.

Создается странная ситуация. Пребывая год в переполненном офисе, человек северного мегаполиса устремляется отдыхать на юг на не менее переполненное курортное побережье или же в столь многолюдные туристические центры. Переезжая за тысячи километров, он вынужден привыкать к новой ландшафтно-геохимической обстановке, а по возвращении к обычному месту жительства, адаптироваться снова. Поправлять здоровье ему следовало бы как раз прогулками в малолюдной или даже безлюдной, экологически чистой привычной среде. А вот самым доступным средством исцеления человека географической средой А.Л. Чижевский полагал прогулки с вдыханием отрицательных ионов кислорода. Это самое замечательное и бесплатное лекарство. Ионизацию воздуха создает механическое дробление воды у горных рек и водопадов, фонтанов, во время прибоев у побережья морей и океанов. Очень насыщен отрицательными ионами воздух после грозы [13].

Все выдыхаемое животными и людьми вбирают в себя растения, преобразуя в целительный кислород. Можно полагать, что таким же образом перенимают они наши болезни. В Японии широко применяется практика синрин-йоку (лесных ванн) с неторопливым посещением леса и вдыханием полной грудью лесного воздуха.

### Исцеление красотой

Следование природе и есть здоровье, а законы природы – это законы красоты. Остается предположить, что целебны все места, воспринимаемые как прекрасные. В условиях пандемии самое время осознать исцеляющее значение красивых ландшафтов. «Прекрасный ландшафт есть дело государственной важности. Он должен охраняться законом» утверждал К.Г. Паустовский [10, с. 295].

Хотя объективной оценки красоты не существует, поскольку без субъективного момента ее самой не остается, все же основой прекрасного ландшафта, как правило, служит каркас морфолитогенной основы и создаваемые им перепады рельефа. Красивы высокие берега, величественные вершины и гребни, пещеры, валуны, водопады. В некоторых красивых местах человек чувствует прилив сил и бодрости, позитивный настрой и внутренний подъем. В старину говорили, что там нисходит благодать. Первопричину их лечебного эффекта, в частности деревьев, камней, ключей, не всегда следует искать в материальной, природной основе. Целительное их воздействие может быть связано с центрами духовной энергии. Однако и в этих случаях подчеркивается ландшафтная приуроченность священных мест (сакральная география) [2]. Такие места можно рассматривать как своего рода особые энергетические точки ландшафта.

Ныне как-то подзабыто, что ландшафт и есть тот фундамент, на котором сформировались все оздоровительные свойства курорта. Само слово *курорт* (от нем. *kur* – лечение, *ort* – место) означает «лечение местом», или точнее – «лечение ландшафтом», ландшафтотерапия. Использование целительной силы ландшафтов именуется ландшафтотерапией. Как средство исцеления она доступна каждому, поскольку каждый пребывает в той или иной географической среде, или ландшафте.

Доверяя своим ощущениям, опыту и интуиции, каждый может установить для себя целительную силу тех или иных ландшафтов. «Собственные наблюдения человека за тем, что ему хорошо, а что вредно, есть самая лучшая медицина для сохранения здоровья», – писал Фрэнсис Бэкон [1, с. 422]. Когда человек излечивает самого себя, то это творчество по своему совершенству и единству Аристотель уподоблял созданию гениальных произведений искусства и творчеству природы [8].

### Научно-экспедиционный туризм

С увеличением свободного времени занятия наукой все более реализуются в рамках отдыха на основе интернета и туризма. Людей, любительски занимающихся наукой, становится все больше. Можно надеяться, что этот самый серьезный вид отдыха явится школой любознательности и самостоятельного мышления. В наглядной форме он позволяет совместить познание с оздоровлением.

Наука о туризме исследует туризм как важный феномен человеческого существования. Но и стихийно возникающая «народная наука» в определенной степени изучает науку. Вряд ли наука преодолит свою цеховщину и окостенелость без народной науки, без своего рода краудсорсинга научного знания. Разумеется, далеко не всем ученым такая верификация по душе и можно ожидать создания серьезных ей препонов и запретов. Но именно эта верификация служит делу укрепления научных воззрений при вовлеченности в научный поиск широких народных масс.

### Заключение

С XXI веком человечество вступает в эпоху возрастания всевозможных неопределенностей, связанных со случайностью и многовариантностью будущего. В связи с коронавирусной инфекцией еще более насущной стала разработка стратегий выживания как нового императива географической науки. Пандемия и геополитические вызовы служат переориентированию географии и экологии от преобразования природы и ее охраны к преобразению человека и его спасению.

### Список источников:

1. Бэкон Ф. Опыты // Ф. Бэкон. Сочинения в двух томах. — Т. 2. — М.: Мысль (Философское наследие), 1978. — 575 с.
2. Григорьев Ал. А. Святые Русской земли. — СПб., 2000. — 248 с.
3. Зорин И.В. Рекреация в системе воспроизводства // Туризм: наука и образование Материалы VI Международного форума. Химки, 21 апреля 2021 г. / под науч. ред. Н.Н. Лагусевой. М. : Университетская книга, 2021 — Часть 2. — С. 248-263.
4. Зорин И.В., Лаковский С.Г. Профессиональная направленность рекреационной сущности экогуманизма // V Международный форум «Туризм: наука и образование»: сборник материалов международных научных конференций 2017 г., Москва – г.о. Химки / под науч. ред. В.Ю. Питюкова; Российская международная академия туризма. М.: Университетская книга, 2018. — С. 73-80.
5. Зырянов А.И. Туризм и цифровая география // Цифровая география : материалы Всерос. науч.-практ. конференции с междунар. участием (г. Пермь, 16–18 сентября 2020 г.) : в 2 т. Т. 2 : Цифровые и геоинформационные технологии в изучении территориальных общественных систем, рекреационной географии и туризме / науч. ред. А. И. Зырянов, Т. В. Субботина, С. В. Копытов; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2020. — С. 139-142.
6. Зырянов А. И., Балабан М. Ю., Зырянов Г. А. География коронавируса и вопросы туризма // География и туризм. — 2020. — № 2. — С. 5–17.
7. Кочуров Б.И., Ивашкина И.В. Города после пандемии COVID-19 // Мировая экологическая повестка и Россия: Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием (16-18 ноября 2020 г., г. Москва): Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова. М.: 2020. — С. 223-226.
8. Лосев А.Ф. История античной эстетики. Том IV. Аристотель и поздняя классика. М.: Искусство, 1975. — 672 с.
9. Охотина Н.М. Развитие сельского туризма в Республике Марий Эл // Сервис Plus. — 2018. — Т.12. — №3. — С. 26-33.
10. Паустовский К.Г. Письма из Тарусы / Паустовский К.Г. Собр. Соч. Том 8. Литературные портреты, Очерки. Заметки. М.: Художественная литература, 1970. — 447 с.
11. Петриков А.В. Станет ли пандемия катализатором деурбанизации? // Научные труды Вольного экономического общества России. — 2020. — №3. DOI: 10.38197/2072-2060-2020-223-3-154-164.

12. Теория рекреологии и рекреационной географии Текст. / В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин. М., 1992. — 348 с.
13. Чижевский А.Л. Атмосферное электричество и жизнь // Земля во Вселенной. М.: Мысль, 1964. — С. 422-442.
14. Чурова Е. Дети поколения Z. Особенности воспитания [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://samopoznanie.ru/articles/deti\\_pokoleniya\\_z\\_osobennosti\\_vospitaniya](https://samopoznanie.ru/articles/deti_pokoleniya_z_osobennosti_vospitaniya) (дата обращения 29.03.2025).
15. Zotic V., Alexandru D., Dezsı Ş., Debate on tourism in Postmodernism and beyond // The Business of Tourism. — 2014. — Vol. 13. — Pp. 79-93.



## ПОСЛЕДСТВИЯ КОТТЕДЖНОЙ РЕКРЕАЦИИ ДЛЯ ПОДМОСКОВНОГО ЛАНДШАФТА И ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ИСТРЫ)

**Голубчиков Ю.Н.**, ведущий научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, доцент, [golubchikov@list.ru](mailto:golubchikov@list.ru)

**Аннотация.** Благодаря дачно-коттеджной застройке плотность дорожной сети с твердым покрытием в Подмоскovie местами сопоставима с улично-дорожной сетью крупнейших городов. Однако, будучи замкнута на дачно-коттеджные поселки или перекрыта ими, она не только не соединяет соседние населенные пункты, но нередко разобщает их. В г.о. Истра коттеджные поселки перекрыли проезд между деревней Кострово и станцией Холщевики. При этом они разъединили деревню Жилкино. В объезд между улицами одной и той же деревни приходится добираться 17 км, вместо некогда 1,8 км. Часть деревни Жилкино оказалась лишена исконного проезда к деревне Кострово с объектами жизненно необходимой инфраструктуры. Некоторые лесные массивы оказались напрочь закольцованными длинными полосами дачно-коттеджных застроек. Сами коттеджные поселки наполнены сооружениями, не гармонирующими с ландшафтом и разрушающим старое соответствие между пейзажем и жильем. Набор коттеджных топонимов элитных поселков чаще всего контрастируют со сложившимся топонимическим ландшафтом Подмоскovie и деруссифицируют его. Богатые загородные дома существуют во всем мире, но они вписаны в существующую поселенческую сеть. Предлагается разрешить сквозной проезд транспорту через территорию коттеджных поселков и, перейти от охраны отдельных объектов к декриминализации всей территории Подмоскovie. Обеспечение проезда через коттеджные поселки выводит Московский регион в число самых высокоурбанизированных ареалов. При этом все главные коттеджные дороги обретают стратегическое значение. Густая дорожная сеть Подмоскovie — национальное достояние России и должна служить развитию страны, а не изоляции отдельных замкнутых групп.

**Ключевые слова:** коттеджные поселки, Истра, плотность дорожной сети, местный туризм, топонимический ландшафт, охрана, деревня

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## CONSEQUENCES OF COTTAGE RECREATION FOR THE MOSCOW REGION LANDSCAPE AND TOURISM (USING THE EXAMPLE OF THE ISTRA URBAN DISTRICT)

**Golubchikov Y.N.**, Leading Researcher, Department of Recreation Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor

**Abstract.** Thanks to the cottage and dacha development, the density of the road network with hard surfaces in the Moscow region is comparable in some places to the street and road network of the largest cities. However, being closed to cottage and dacha settlements or blocked by them, it not only does not connect neighboring settlements, but often separates them. In the urban district of Istra, cottage settlements blocked the passage between the village of Kostrovo and the Kholshcheviki station. At the same time, they separated the village of Zhilkiно. A detour between the streets of the same village has to be made 17 km, instead of the former 1.8 km. Part of the village of Zhilkiно was deprived of the original passage to the village of Kostrovo with vital infrastructure facilities. Some forest areas were completely looped by long strips of cottage and dacha developments. The cottage villages

*themselves are filled with structures that are not in harmony with the landscape and destroy the old correspondence between the landscape and housing. The set of cottage toponyms of elite villages most often contrast with the established toponymic landscape of the Moscow region and de-Russify it. Rich country houses exist all over the world, but they are inscribed in the existing settlement network. It is proposed to allow through traffic through the territory of cottage villages and move from the protection of individual objects to the decriminalization of the entire territory of the Moscow region. Providing passage through cottage villages makes the Moscow region one of the most highly urbanized areas. At the same time, all the main cottage roads acquire strategic importance. The dense road network of the Moscow region is a national treasure of Russia and should serve the development of the country, and not the isolation of individual closed groups.*

**Keywords:** cottage settlements, Istra, road network density, local tourism, toponymic landscape, security, village

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

Сеть дачных и коттеджных поселков Московской области (7 тыс.) на 20% превысила общее число сельских поселений [5], по другим данным, почти в 2 раза [2]. Плотность горожан-дачников на расстояния до 140 км от Москвы превзошла плотность сельского населения [7]. Наибольшее число дачных поселений в Московской области насчитывается в Истринском городском округе (районе). Расположенные здесь 673 дачных поселений занимают 5,7% площади округа [10]. Более половины из них составляют 360 богатых коттеджных поселков [6].

Существует много утверждений, что богатые коттеджные поселки поддерживают местное население и способствуют развитию села и благоустройству сельских территорий [1]. Звучат предложения государству вкладываться в коттеджную инфраструктуру, хотя бы начальную, «а потом богатый человек откроет и рестораны, и парикмахерские, и тротуары проложит» [11].

На наш взгляд, повсеместный рост коттеджных поселков несет с собой множество рисков, не учитываемых на сегодняшний день управленческой практикой. Сосредоточимся лишь на некоторых из них.

**Разрушение дорожного сообщения.** Богатые загородные дома существуют во всем мире, но они вписаны в существующую поселенческую сеть. В Англии, например, частные дома имеют с одной стороны выход на общественную улицу, с другой - в частный сад. В США почти весь средний класс проживает в полусельской местности, что обеспечивает легкость сообщения между всеми селениями.

Главное отличие российской коттеджной застройки в ее изоляционном характере в виде отдельных пятен, не вписанных в сложившиеся поселения. Въезд перекрыт шлагбаумами с охраной, запрещающей доступ и проезд посторонним через вверенную им территорию. В то же время все коттеджные поселки и большинство дачных селений имеют развитую дорожную сеть, соединенную с общей дорожной сетью въездом и нередко сквозным проездом, также прегражденным для посторонних.

В сельской местности Московской области повсеместно можно отыскать несколько квадратных километров с очень густой плотностью дорожной сети. Так между селом Холщевики на Волоколамском шоссе (46К-9012) и деревней Кострово на трассе 46К-1500 плотность дорожной сети с твердым покрытием достигает 9 км/км<sup>2</sup> (рис. 1). Много это или мало? Средняя плотность автодорог с твердым покрытием Московской области составляет 0,44 км/км<sup>2</sup>. В Европе - она 1,5 км/км<sup>2</sup> и более [6]. Плотность улично-дорожной сети в Москве оценивается в 4,4 км/ км<sup>2</sup>, в Лондоне - 9,3 км/ км<sup>2</sup>, в Нью-Йорке - 12,4 км/ км<sup>2</sup>, в Париже - 15,0 км/ км<sup>2</sup> [12].

Плотность дорожной сети в коттеджных поселках велика из-за того, что многие коттеджи окружены дорогами. При этом они не только не открывают никаких возможностей проезда между населенными пунктами, но сами коттеджные поселки перекрывают ранее существовавшие дороги между ними.

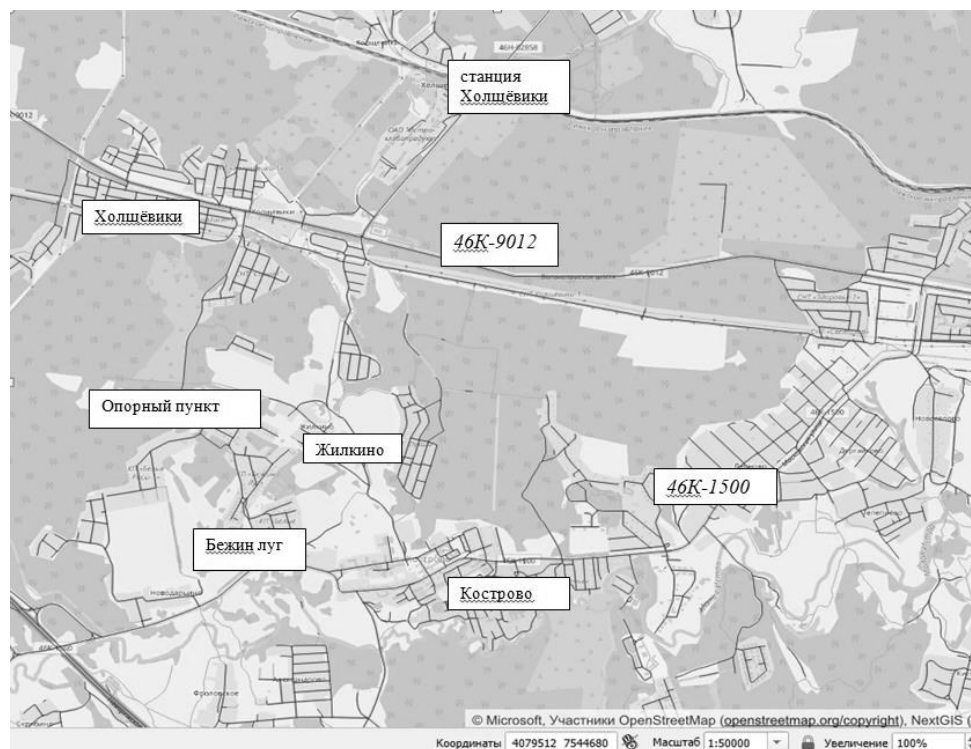


Рис. 1. Карта дорожной сети между Волоколамским шоссе (46К-9012) и Мансуровским шоссе (46К-1500). (openstreetmap.org/copyright масштаб 1:50 000).

С XVI века существуют к западу от Истры деревни Кострово, Ново-Дарьино, Жилкино, Холщевики. И всегда между ними проходили дороги общего пользования (рис. 2). Из деревни Кострово можно было легко добраться до железнодорожной станции Холщевики, находящейся в 5 км к северу от Кострово. Этот проезд перекрыли созданные в 2006-07 гг. на сельскохозяйственных землях три коттеджных поселка («Бежин луг», «Белые Росы-1», «Белые Росы-2») площадью около 2 км<sup>2</sup>.



Рис. 2. Положение рассматриваемой территории на карте Института геодезии и картографии ГГУ-ВСНХ-СССР "Москва и окрестности" 1931 г. (м-б 1: 50 000).



В 1938 году в этом месте был создан Опорный пункт ВНИИЛМ (ВНИИ лесоводства и механизации лесного хозяйства). Дорожная сеть, связывавшая Опорный пункт с деревнями Жилкино, Ново-Дарьино и Кострово отчетливо прослеживается на фрагменте топографической карты Подмосковья 1987 года (рис. 3). Ныне он обозначен как улица Опорный пункт ВНИИЛМ деревни Жилкино.

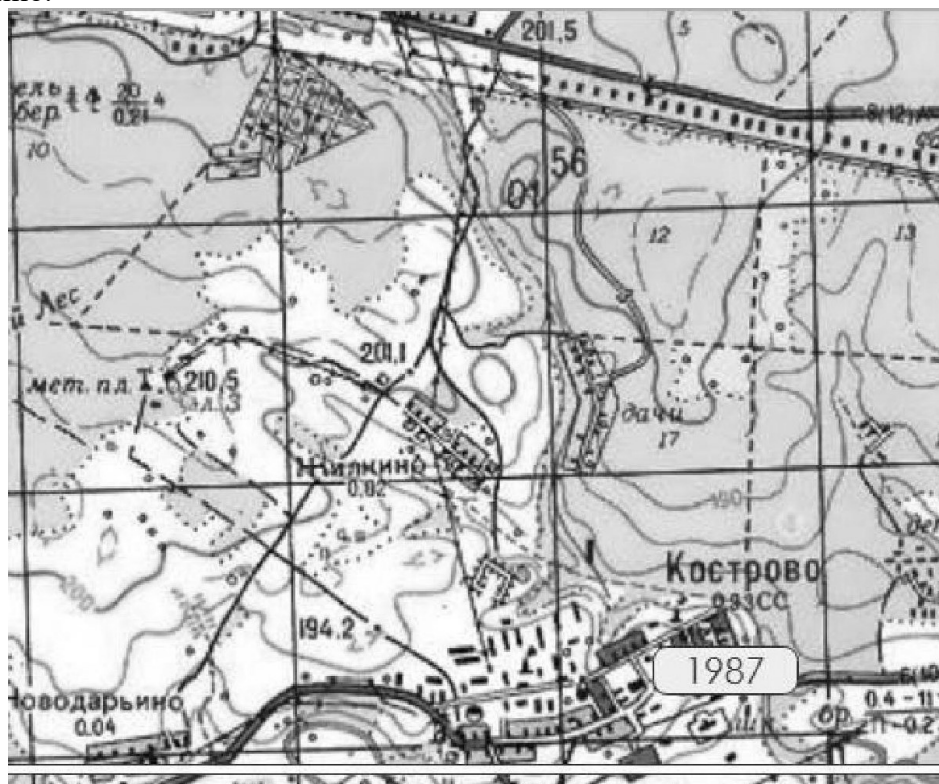


Рис. 3. Положение Опорного пункта, обозначенного на карте знаком метеорологической площадки (мет. пл.) на топографической карте 1987 года. Хорошо прослеживается сеть грунтовых дорог, связующих метеорологическую площадку с деревнями Жилкино, Ново-Дарьино (на карте Новодарьино) и Кострово (м-б 1: 25 000).

Через Жилкино идет дорога от Опорного пункта в деревню Кострово, где расположены единственные в ближайшем окружении детский сад, школа, поликлиника, продовольственные магазины, единственный общественный транспорт и другая жизненно необходимая инфраструктура (рис. 4, контур 1). Коттеджные поселки перекрыли этот путь. При их сооружении жителям улицы Опорный пункт ВНИИЛМ был администрацией гарантирован сервитут (право проезда) через коттеджный поселок «Бежин луг». 23 июня 2025 года Истринский городской суд запретил этот исконный проезд жителям Опорного пункта на том основании, что коттеджники вложили в проходящую через их территорию грунтовую дорогу 20-25 миллионов рублей и они не хотят прохода и проезда по ней посторонним. Сумма сомнительная для дороги в 1,5 км длиной.

Раньше улицу Опорный пункт ВНИИЛМ деревни Жилкино отделяло от деревни Жилкино 1 км 800 м, теперь ее жителям предложено добираться до Жилкино в объезд протяженностью 17 км в через село Холщевики. Ведет эта дорога в диаметрально противоположном от Кострово направлении. Далее путь от Холщевиков в Жилкино идет по Волоколамскому шоссе до СНТ Чеховский, затем по шоссе Истра-Мансурово через деревни Новоселово, Телепнево, Дергайково, Леоново, Новолеоново (Электрон) до деревни Кострово, откуда остается 2 км до деревни Жилкино (рис. 1, рис. 4, контур 3).

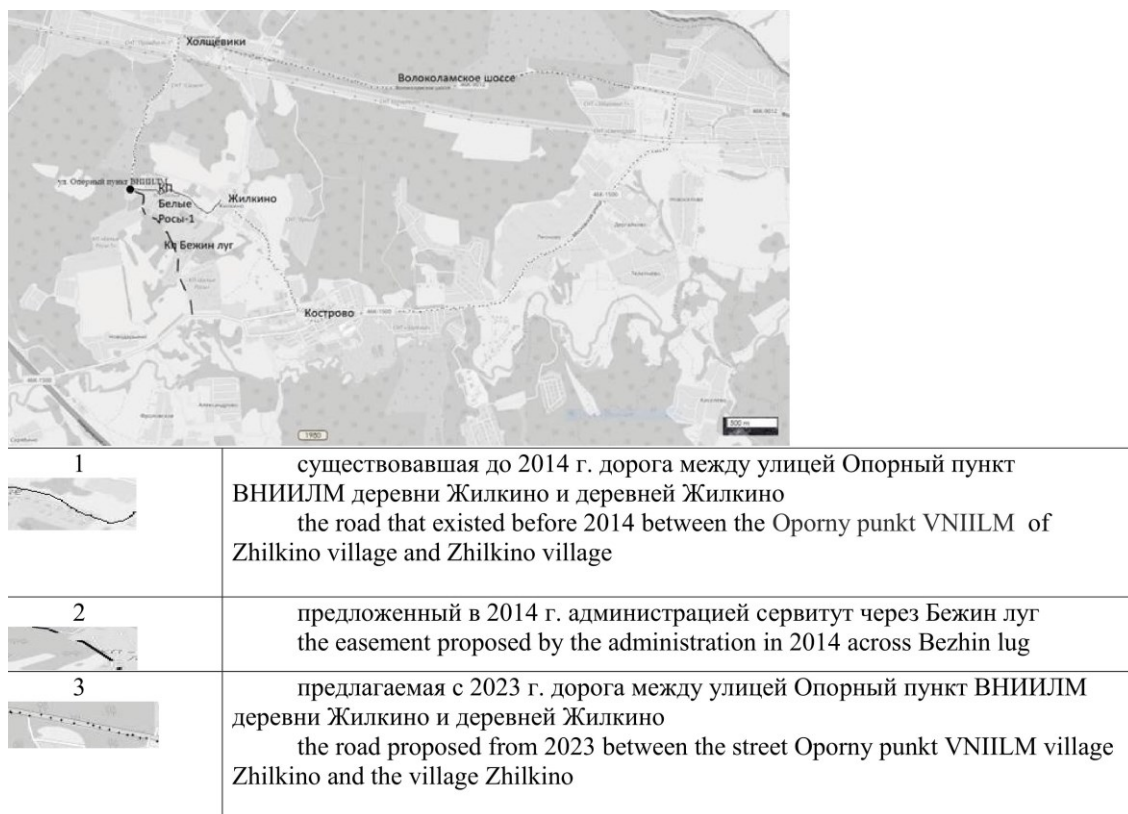


Рис. 4. Картограмма бывшего и предлагаемого проезда к улице Опорный Пункт ВНИИЛМ деревни Жилкино до деревни Жилкино через Холщевники, Новоселово, Леоново, Кострово ([openstreetmap.org/](https://openstreetmap.org/)copyright м-б 1:50 000)

Отсутствие дорожного сообщения между ул. Опорный Пункт, относящейся к дер. Жилкино, и самой дер. Жилкино, является необычным не только для Московской области, но и, пожалуй, в масштабах всей России. Улицы одной и той же деревни оказались разнесенными на 17 км, причем улица Опорный пункт превратилось в отдельное от деревни Жилкино селение. Рано или поздно придется его оформлять в отдельный населенный пункт с присвоением нового топонима, что влечет смену на данную территорию номенклатуры всех карт, документации Росреестра, архитектурно-планировочных органов и многое другое.

Густая дорожная сеть Подмосквья - национальное достояние России. Она должна служить развитию страны, а не изоляции отдельных замкнутых групп. Тем более преступно, когда эта сеть становится фактором разрушения исконно сложившихся путей и доступа местных жителей к объектам социально значимой инфраструктуры. Не следует забывать, что между роскошью московских коттеджей и нищетой русской деревни существует не только контраст, но и исторически сложившаяся причинно-следственная связь. И в этом свете вложение в развитие района даже 20-25 млн рублей не выглядит чрезмерным.

**Разрушение подмосковного туризма.** Б.Б.Родоман [2023] замечал, что коттеджные поселки растут, а туристические маршруты катастрофически исчезают. Нельзя стало перейти лыжникам, пешеходам или велосипедистам с одной железнодорожной ветки на другую. Маршруты перекрывают коттеджные поселки. Они же пресекают проезды и даже проходы между соседними автотрассами.

Занимая 5,7% площади округа Истра, коттеджные поселки перекрывают доступ к гораздо более обширным пространствам. Некоторые лесные массивы оказались напрочь закольцованными длинными полосами дачно-коттеджных застроек (рис. 5). В них невозможным стало проникнуть даже местным жителям, не говоря о туристах.





Рис. 5. Пример лесного массива, закольцованного коттеджными поселками «Белые Росы-1» (к западу и северу от лесного массива) и «Бежин луг» (восточнее лесного массива). Городской округ Истра (м-б 1:10 000)

Источник: [13].

**Разрушение сельского ландшафта.** В любом сельском поселении, помимо проходящей через него главной дороги, есть несколько сквозных проходов и тропинок. Они связывают население с природой. Коттеджные поселки, напротив, изолируют от нее местное население. Сами они наполнены сооружениями, не гармонирующими с ландшафтом и разрушающим старое соответствие между пейзажем и жильем. Габариты коттеджных вилл призваны служить не столько комфорту, сколько заявлению об исключительном социальном статусе владельцев.

«Дачно-коттеджный бум разрушает среду обитания вокруг крупнейших городов, изолирует их от природного ландшафта; дичает и превращается в новую внутреннюю периферию сердце страны, а ее население бежит, вымирает, мучается; большая часть территории страны пустеет и деградирует; фактически брошенные без ухода леса чреваты огромными пожарами» – пишет географ В.Л. Каганский [3, с. 24].

**Разрушение топонимического ландшафта.** Денационализированный облик элитных поселков подчеркиваются новыми названиями. Зачастую они пишутся на английском языке. Вот примеры названий из 360 коттеджных поселков городского округа Истра: VillaNova, Bayside Residence, Woodside Residence, Маленькая Италия, Пенаты, Квартал Райта, Villa Fiesta, Pineville, Скипер, Шато Соверен, Миллениум Парк, Ренессанс Парк, Regency Club, Резиденция Бенилюкс, Futuro Park, Park Avenue, Park Fonte, Гринфилд, Крона Вилладж, Monteville, Риверсайд, Рига Клуб Хаус, Мэдисон парк, Английский квартал в Аносино, Кембридж, Мидлтон, Валенсия, Веванта лайф, Корсат, Британика, Грин Хилл, Дольче Вита, Vision, Velvet, Western, Yard Village, Ривер Клуб, Foothills, Гольфстрим, Эссенс, Green Hills, Шотландский квартал, Эсквайр парк, Курше-Вель, Ривьера Парус, Ришелье, Orange Club, Мистраль, Veretenki Family Club, Каринтия, Лесная Богемия, Респект, Art House, Ла-Манш, Берег Honka, Green-Lounge, Scandy park, SmartVille Новая Рига, Западная Ривьера, Lake Club, Лэйк Сайд, Нордик, Лайм, Альбон, ArtEco# [4].

Итак, набор коттеджных топонимов элитных поселков чаще всего контрастируют со сложившимся топонимическим ландшафтом Подмоскovie и деруссифицируют его. Они не вызывают историко-культурных, бытовых, социальных и географических ассоциаций и могли быть присущи любому другому месту в мире.

**Доступ к коттеджным поселкам.** Между Кострово и Истрой раскинулась над рекой Малая Истра усадьба Покровское-Рубцово с парком. В XIX веке она принадлежала двоюродному брату

Герцена Д.П. Голохвастову. В усадьбе часто гостили сам А.И. Герцен, И. Левитан, В.О. Ключевский, В.А. Серов, М.А. Врубель, А.М. Васнецов, С.Т. Морозов, К.С. Станиславский, А.П. Чехов. Ныне доступ к этому наследию русской культуры надежно перекрыт высокой оградой, шлагбаумом и строгой охраной. Теперь тут коттеджный поселок «Газпромбанк-Инвест». Стоимость коттеджей в нем достигает 110 млн рублей. [8].

Охранники коттеджного поселка составлены обычно из нескольких российских мужиков средних лет. Получает каждый от 50 до 150 тыс. руб. в месяц и никак не повышает свою квалификацию. Из полиции некоторые переходят на более спокойную работу в охранники. При этом на стройки завозятся мигранты, которые быстро переключаются на работу курьерами, торговцами, таксистами. Все большее их число обретают дипломы врачей, учителей, юристов. Часть уходит в криминал, от которого и приходится охранять коттеджные поселки. На их место на стройки завозятся новые партии мигрантов и процесс этномиграционного замещения кажется неостановим.

Охранников же широко привлекают к выполнению хозяйственных работ на коттеджных участках. Работу оплачивают с уклонением от налогообложения. Зарубежом такие работы обычно проводят специализированные фирмы. Работы они выполняют быстро, квалифицированно с уплатой налогов.

А что если запретить охрану коттеджных поселков и разрешить сквозной проезд транспорту через их территорию? Ведь охрану этих объектов можно осуществлять централизованно с использованием современных систем видеонаблюдения и сигнализации, с передвижением мобильных патрулей. Тогда можно будет перейти от охраны отдельных коттеджных поселков к декриминализации всей территории Подмосковья.

**Выводы.** Снятие изоляции коттеджных поселков и обеспечение проезда через них выводит Московский регион в число самых высокоурбанизированных ареалов с сохранившейся при этом природной средой. При этом все главные коттеджные дороги обретают стратегическое значение.

Окруженные «железными завесами» высоких заборов, шлагбаумами и системами охраны, коттеджные поселки стали фактором хаотичной фрагментации сельско-социального пространства Подмосковья, поляризации и социальной сегрегации общества. Необходимы радикальные меры по переходу от раздельного развития деревенских и коттеджных территорий к комплексному развитию сельского мира. Законы должны создаваться не для отдельных замкнутых структур, а для всех категорий граждан. Всем необходимо обеспечить доступ в лес и право на туризм и свободу передвижения за пределами секретных объектов.

Предотвращению безудержному разрастанию коттеджных поселков могло бы служить создание линейной застройки, вписанной в поселенческую структуру. Актуальность ее растет. Ведь впереди появление автомобилей-роботов, частного транспорта на воздушной подушке, малой частной авиации, что влечет новое умножение недоступных простому пешеходу пространств. Важно уже сегодня упорядочить предстоящие внедорожные движения и связанные с ними процессы коттеджной субурбанизации.

#### Список источников:

1. Аверкиева К.В. Сельская джентрификация в российском Нечерноземье // Вестник Московского университета. Серия. 5. География. — 2022. — № 6. — С. 119-128.
2. Браде И. Между дачей и фешенебельной резиденцией. Взгляд с Запада // Известия РАН. Серия. Географическая. — 2014. — № 4. — С. 33-38.
3. Каганский В.Л. Как устроена Россия? Портрет культурного ландшафта. М.: Стрелка пресс. — 2013. — 29 с.
4. Коттеджные поселки в Подмосковье эконом-класса, загородная недвижимость Подмосковья, дома и земельные участки [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.domzamd.ru/?ysclid=m7npfby0z2776613780> (дата обращения 24.04.2025).
5. Махрова А.Г., Медведев А.А., Нефедова Т.Г. Садово-дачные поселки горожан в системе сельского расселения // Вестник Московского университета. Серия. 5. География. — 2016. — № 2. — С. 64–74.

6. Нефедова Т.Г. Поляризация пространства России: ареалы роста и «Черные дыры» // Экономическая наука современной России (ЭНСР). — 2009. — №1(44). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/polyarizatsiya-prostranstva-rossii-arealy-rosta-i-chernye-dyry> (дата обращения: 08.04.2025).
7. Нефедова Т.Г., Трейвиш А.И. Поляризация и сжатие освоенных пространств в центре России: тренды, проблемы, возможные решения // Демографическое обозрение. — 2020. — Т. 7, — № 2. — С. 1-23.
8. Покровское-Рубцово — купить дом в коттеджном поселке | Официальный сайт. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://pokrovskoe-rubcovo.com/?ysclid=m7np7mpr4l382512701> (дата обращения 10.04.2025).
9. Родоман Б.Б. Культурный ландшафт и судьба России, ред. Т. И. Герасименко (Институт географии РАН). М.: Директ-Медиа, 2023. — 488 с.
10. Русанов А.В. «Дачные города» северного Подмосковья: роль сезонного населения в трансформации сельской местности // Городские исследования и практики. — 2019. — Т. 4. — № 2. — С. 73–85. DOI: <https://doi.org/10.17323/usp42201973-85>.
11. Серова Е.В., Никулин А. М. «Сегодня в сельском развитии главное — сменить парадигму» // Крестьяноведение. — 2022. — Т. 7. — № 3. — С. 210-236.
12. Улично-дорожная сеть. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.ruwiki.ru/wiki/> (дата обращения 24.04.2025).
13. Google гибридная. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://retromap.ru/\\_0020091\\_55.899956,36.679036](https://retromap.ru/_0020091_55.899956,36.679036) (дата обращения 24.04.2025).

## ЭКОТУРИЗМ: ТЕРМИН, ПОНЯТИЕ И ЗОНТИЧНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ

**Дорофеев А.А.**, доцент кафедры туризма и природопользования, Тверской государственной университет, канд. геогр. наук, доцент, [adgeograf@mail.ru](mailto:adgeograf@mail.ru)

**Аннотация.** Более сорока лет прошло с момента появления термина экологический туризм. За это время концепция экологически ответственных путешествий в природе получила широкое распространение, а термин экотуризм – десятки и сотни дефиниций. Однако, само понятие «экотуризм», еще не актуализировалось, не стало общепринятым, не закрепились в правовом поле и в энциклопедических изданиях. В статье анализируется соотношение слов термин, понятие, дефиниция, а также предложен вариант зонтичного определения понятия экологический туризм.

**Ключевые слова:** экотуризм, экологический туризм, термин, понятие, дефиниция, зонтичное определение

## ECOTOURISM: TERM, CONCEPT AND UMBRELLA DEFINITION

**Dorofeev A.A.**, Associate Professor, Department of Tourism and Environmental Management, Tver State University, Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor

**Annotation.** More than forty years have passed since the appearance of the term ecological tourism. During this time, the concept of environmentally responsible travel in nature has become widespread, and the term ecotourism has dozens and hundreds of definitions. However, the very concept of "ecotourism" has not yet been actualized, has not become generally accepted, has not been entrenched in the legal field and in encyclopedic publications. The article analyzes the correlation of the words term, concept, definition, and also proposes a variant of the umbrella definition of the concept of ecological tourism.

**Keywords:** ecotourism, ecological tourism, term, concept, definition, umbrella definition

На протяжении почти сорока лет в нашей стране активно обсуждаются содержание, форма, прикладная значимость, юридический статус, возможные дестинации такого массового явления, как экологический туризм. Особенно ярко это проявляется в обилии дефиниций этого термина. «Одна из теоретических проблем экотуризма – это широта и неоднозначность определений. В специализированной литературе можно насчитать до 100 различных подходов к определению экотуризма, и при этом до сих пор остается нерешенной методологическая проблема единой дефиниции этого вида деятельности», пишут редакторы ведущих туристских журналов О.Е. Афанасьев и А.В. Афанасьева [1]. Известный дальневосточный ученый В.Н. Бочарников считает: «...современное понятие экологический туризм имеет большое количество авторских интерпретаций схожих по смыслу, поэтому данное понятие не нуждается в дополнительных исследованиях и уточнениях в настоящее время» [2]. В статье «Экологический туризм – от термина к понятию» опытный юрист-эколог М.И. Васильева сокрушалась, «что обилие определений самого термина «экологический туризм», не привело к раскрытию сущности понятия» [3].

Автор неоднократно обращался к проблеме экологического туризма, в том числе высказывался по поводу его определения [6; 7]. В настоящей публикации поставлена задача – предложить подходы к пониманию следующих ключевых вопросов теории и методологии экологического туризма:

- дискуссия о приоритете на термин и определение экологический туризм
- соотношение и содержание лексемы «термин» и концепта «понятие» по отношению к экотуризму



- дефиниция понятия «экологический туризм» как зонтичного определения
- место экологического туризма в системе классификации туризма

### Результаты исследования

Уже в первых российских изданиях по экотуризму автором термина «экотуризм» и его первой дефиниции назывался мексиканский ученый Цебаллос Ласкурейн [14; 15]. В разных источниках есть небольшие расхождения в точной дате и цитируемых определениях, но в целом рисуется такая картина. Ласкурейн в первой половине 1980-х годов предложил термин «экотуризм» первоначально на родном испанском (еще в 1981 г.), а затем на мировом английском языке (1983). Косвенно, этот факт подтверждается солидным «Оксфордским этимологическим словарем», который фиксирует появление слова «ecotourism» в туристской лексике в 1984 году. Мексиканский ученый также предложил первое, но развернутое и содержательное определение новому варианту путешествий. Оно приводится в нескольких публикациях, хотя сам текст может слегка различаться, что объясняется нюансами перевода. Сама пионерная дефиниция, звучала следующим образом: *«экотуризм – путешествие натуралистов в нетронутые уголки природы для изучения, наблюдения растительного и животного мира и получения радости от общения с природой с возможностью содействовать их защите, а также культурных ценностей, как древних, так и современных, которыми обладают эти территории»* [18].

В этом первом определении указаны важные особенности экотуризма: ресурс и территория путешествия – дикая или мало измененная природа; цель путешествия – знакомство с объектами и обитателями природы; экологичность тура – содействие защите природы. К числу объектов внимания экотуристов наряду с природными, отнесены историко-культурные памятники.

В дальнейшем Ласкурейн неоднократно уточнял свое определение. Наиболее известным и лучшим является следующий текст, написанный в 1993 году: *«Экотуризм – это экологически ответственные путешествия по относительно ненарушенным природным территориям с целью знакомства и изучения природы и сопутствующих культурных достопримечательностей, способствующие сохранению окружающей среды, наносящие минимальный ущерб природе и создающие социально-экономические выгоды для местного населения путем их активного вовлечения в туристский процесс»* [19].

В обновленном определении появились еще два ключевых аспекта, которые присущи экотуризму: экономические и социальные выгоды для местного населения, минимизация воздействия на природу.

Однако, в 2000-е годы стали появляться работы, в которых некоторые авторы называют других исследователей, якобы опередивших мексиканского профессионала. При этом, в ряде случаев упоминание иных фамилий происходит без ссылок на какие-либо источники. В других работах авторы фактически ссылаются друг на друга. Лишь в редких случаях имеются ссылки на какой-либо якобы первоисточник.

Несколько российских авторов, вслед за некоторыми американскими коллегами, называют Клауса Хетцера (Hetzer, D.), ученого из университета Беркли в Калифорнии (США), первым автором термина «экологический туризм». Якобы уже в 1965 году он обратился к этой лексеме в небольшой публикации Hetzer, D. (1965). *Environment, tourism, culture. UNNS, Reported Ecosphere*, 1-3 [17]. Более того, в начале 1970-х годов этот авантюрист<sup>3</sup> организовал несколько путешествий на Юкатан (Мексика) для знакомства с тропической природой и памятниками цивилизации майя. Однако, в просмотренных российских источниках нам не удалось увидеть реального текста, цитаты из указанной статьи Д. Хетцера. Вследствие давности и, возможно, невысокой значимости, материал не выложен в интернете<sup>4</sup>. Лишь в статье О.Е. Афанасьева, А.В. Афанасьевой приведена формулировка дефиниции термина «экотуризм» якобы в трактовке Д. Хетцера [1]. Из текста статьи непонятно – является ли определение прямым цитированием слов американского ученого или это некий перевод из вторичного источника? Поэтому даже те ученые, которые называют Д. Хетцера пионером в авторстве термина «экотуризм», делают это в сослагательном наклонении. В любом случае, термин в 1960-1970-е годы не получил распространения в научной среде.

<sup>3</sup> Авантюрист – так его называют в некоторых зарубежных публикациях

<sup>4</sup> Во всяком случае, нам не удалось найти текста статьи



Показателен пример с доктором Кентоном Р. Миллером (1939-2011). Именно его чаще всего называют в качестве альтернативы Цебаллосу Ласкурейну. Уважаемый ученый, преподаватель САТIE (Коста-Рика)<sup>5</sup> и Школы природных ресурсов Мичиганского университета, прежде всего, прославился своими выдающимися способностями как председатель Всемирной комиссии Международного Союза Охраны природы (МСОП) по охраняемым территориям (WCPA), которую он возглавлял более 15 лет, и Генеральный директор МСОП с 1983 по 1988 год. Он владел испанским языком и много времени уделял особо охраняемым природным территориям Латинской Америки, поэтому, несомненно, знал о работах мексиканца Цебаллоса Ласкурейна. Еще в 1978 году он опубликовал солидную книгу «Planning National Parks for Ecodevelopment: Methods and Cases from Latin America» [20]. Именно на нее в основном ссылаются отечественные исследователи, которые называют К. Миллера автором термина «экологический туризм», разумеется, не приводя конкретных цитат из 625-страничного произведения. Автор имеет это капитальное произведение в своей личной библиотеке, поэтому мы внимательно просмотрели текст этого издания и, к сожалению, не обнаружили в нем слов «экотуризм», «экологический туризм». Возможно, позднее в 1980-е годы К. Миллер использовал эти термины и даже давал им определения в других своих работах, но в таком случае по времени он встает в один ряд с Ласкурейном. В его последней книге 2008 года, в развернутой аннотации к ней, редакторы не упоминают о том, что речь в издании, в том числе, пойдет об экотуризме. В 2011 году в некрологе на смерть выдающегося деятеля охраны природы, коллеги написали много хорошего о его заслугах, но совсем не вспомнили про экотуризм.

Термин – слово, словосочетание, являющееся названием строго определенного понятия той или иной области науки. Это слово или словосочетание, максимально точно отражающее научное понятие. Конечно, в реальной жизни все складывается сложнее. Так, в русском языке немало омонимов – слов, одинаковых по звучанию, но разных по значению. То есть, одинаковое название могут иметь разные понятия. Наоборот, в различных областях знаний, включая туризм, нередко возникает ситуация, когда исследователи используют разные названия для обозначения одного и того же явления (понятия). Известно, что параллельно с термином «экотуризм» в литературе используется целый сонм слов близких, синонимичных, либо подменяющих его. Это природный туризм (nature tourism), мягкий туризм (mild tourism), туризм в дикой природе (wildlife tourism), приключенческий туризм (adventure tourism), зеленый туризм (green tourism), устойчивый туризм (sustainable tourism), альтернативный туризм (alternative tourism) и др. Можно предположить, что в данном случае разные термины обозначают одно, либо очень близкие по смыслу понятия.

Понятие – концептуальная научная категория. Это самое общее, абстрактное представление о чем-либо. По существу, понятие – сумма сходств, фактов, существенных свойств и связей, которое исследователь стремится описать, осмыслить, логически выявить его содержание.

Для того чтобы раскрыть и объяснить содержание понятия исследователь формулирует его определение (дефиницию). Часто, если понятие простое, для него достаточно одного, относительно короткого определения (дефиниции). Однако в некоторых случаях понятие является сложным, которое имеет несколько существенных свойств и связей, а также множество второстепенных аспектов. В этом случае для того, чтобы раскрыть суть и содержание сложного понятия, недостаточно одного краткого определения, либо это определение должно быть исключительно громоздким и сложным. Именно поэтому, сложное понятие раскрывается в статьях энциклопедического характера, которые стремятся осветить все стороны явления, все его существенные свойства и при этом отражают плюрализм мнений.

В нашем случае термином является «экологический туризм» («экотуризм»). Это название для путешествий особого характера. Для истолкования этого понятия могут использоваться одна, две, три, реже более, характеристики. Например, экотуризм – *путешествие по девственным либо слабо измененным ландшафтам с целью наслаждения объектами, обитателями и явлениями природы*. Или, экотуризм – *экологически ответственное путешествие, в ходе которого не наносится вред окружающей природной среде*.<sup>6</sup> Обе дефиниции правильные и этот ряд можно продолжить. Собственно так и поступают многие исследователи – жонглируя словами, включают в

<sup>5</sup> САТIE (Центр тропических сельскохозяйственных исследований и обучения) в Коста-Рике

<sup>6</sup> - обе формулировки авторские

собственное определение два-три существенных признака, а иногда и второстепенные аспекты, якобы получая новый научный результат – новое определение. Именно поэтому в публикационном поле находится великое множество определений экотуризма.

Существует мнение, что многообразие определений экотуризма «не случайность, а следствие разного понимания его сущности» – совершенно правильное, на наш взгляд, положение. Но, далее делается абсурдный вывод: «Значит, есть несколько понятий, обозначаемых этим термином». Налицо подмена смыслов. «Понимание» – индивидуально, это мнение одного конкретного исследователя. «Понятие» – наоборот, это продукт коллективного разума. Понятие многогранно, тогда как понимание обычно неполно. Оно может отражать лишь какую-то одну, две, три стороны описываемого явления.

В случае с экотуризмом, его существенными свойствами и второстепенными аспектами являются некоторые природные, экологические, экономические, юридические, историко-культурные, этнографические, инфраструктурные, прикладные аспекты. Крайне важны формы организации путешествий и приуроченность экотуров к тем или иным дестинациям. Вряд ли все это можно вместить в одно, даже самое развернутое, определение. В этом случае лучший вариант для раскрытия содержания понятия – грамотная, обстоятельная, но не длинная статья в солидной энциклопедии.

Есть ли подобные материалы, раскрывающие понятие экотуризм, в отечественной туристике/рекреационной географии? При всем при том, что среди отечественных изданий уже имеется несколько серьезных трудов с названием «Энциклопедия туризма», автор не может назвать подобной публикации. Получается, что при обилии определений, характеризующих термин «экотуризм», само понятие «экотуризм» пока еще не актуализировано.

Например, в «Энциклопедии туризма» И.В. Зорина, В.А. Квартальнова в издании 2003 года, приведено только конкретное четкое, короткое определение экологического туризма, которое, впрочем, указывало на то, что природа является объектом и целью путешествия, а также подчеркивало экологичность тура на всех его этапах [9]. В «Энциклопедии туризма», написанной коллективом авторов РГУТИС (Российский Государственный университет туризма и сервиса) имеется развернутая статья, посвященная экологическому туризму. Специально для «Энциклопедии...» была разработана новая, оригинальная классификация видов туризма, в которой многочисленные виды туризма были сгруппированы в шесть типологических групп, выделяемых на основании специфики аттракций, формирующих поток того или иного варианта путешествий. Экологический туризм был включен в группу видов туризма, для которых аттракции связаны с природными туристскими ресурсами [11]. Другими словами, это один из природно-ориентированных видов туризма. Однако раздел (статья), посвященный экологическому туризму, на наш взгляд, не отвечает критериям энциклопедической публикации.

В своей последней публикации «К юридическому определению понятия экологический туризм» [4] д.ю.н., профессор МИИГАиК и Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ М.И. Васильева сделала подробный анализ определений экотуризма, имеющих в официальных нормативных и законодательных документах: ГОСТах, стандартах, различных программах развития туризма в России<sup>7</sup>. Наиболее подробно ею проанализировано следующее определение *«Экологический туризм – деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению»*. Оно впервые сформулировано в ГОСТ Р 56642-2015 «Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» (Приказ Росстандарта от 14 октября 2015 г. № 1562-ст.). Затем воспроизведено в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». С 2019 года определение применялось в рамках методологии по учету экологических туристов в федеральном проекте «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» [4]. На взгляд М.И. Васильевой, с которым автор настоящей статьи полностью согласен, подобная интерпретация экотуризма не может быть возведена в ранг

<sup>7</sup> - К сожалению М.И. Васильевой (1963-2020), давней знакомой автора, в 2020 году не стало

общепринятого понятия. «Из данного определения следует, что экологическим туризмом является предпринимательская деятельность. Получается, что это всего лишь вид эколого-ориентированного бизнеса». Это явно не соответствует полному содержанию понятия экотуризм. Очевидно, главную мысль юриста-эколога можно выразить следующим образом – термин «Экологический туризм» станет понятием лишь в том случае, когда в каком-либо значимом законодательном документе для него будет сформулировано строгое, грамотное, всеобъемлющее определение, которое станет общепризнанным.

Подводя итог сказанному по второму вопросу, очевидно можно резюмировать – при всем многообразии определений, предложенных термину «экотуризм» («экологический туризм»), само понятие, названное этим словом, еще не актуализировано. Возможно, наряду с энциклопедическим освещением понятия «экологический туризм», необходимо искать и другие варианты трактовки термина и раскрытия содержания этого явления.

Некоторые ученые, в том числе занимающиеся понятийным аппаратом географической науки, в сложившейся ситуации предлагают использовать зонтичный подход к трактовке понятия «экологический туризм».

Зонтичные термины нередко применяются в междисциплинарных исследованиях и в областях знания, граничащих между собой. Они помогают упростить сложные темы, группируя их под одним общим названием (зонтичным термином). Зонтичный термин как зонтик (umbrella) перекрывает собой ряд более узких, частных, индивидуальных определений (пониманий), отражающих менее значимые, другие свойства и особенности главного (зонтичного) понятия. В результате это позволяет исследователям и практикам той или иной отрасли знаний эффективно общаться, обмениваться результатами, не вдаваясь, каждый раз, в частные детали и несущественные свойства явления. Соответственно, зонтичное понятие служит неким обобщением или суммарным понятием, которое объединяет несколько конкретных понятий и позволяет говорить о них в целом [10].

В определенном смысле это относится и к экологическому туризму, в рамках которого накладываются области географии, биологии, охраны природы (экологии), юридические и экономические интересы, сферы прикладного туроперейтинга и экскурсоведения. Мы предприняли попытку сформулировать зонтичный вариант определения термина экологический туризм, а также предложить варианты определений второго ряда, находящихся «под куполом» этого зонтика.

Нам представляется, что зонтичное определение термина должно включать две-три главные и, что очень важно, бесспорные (общепринятые) характеристики. Оно должно указывать на самые существенные свойства названного объекта или явления. Зонтичное определение должно удовлетворять требованиям ученых любой заинтересованной отрасли знаний и специалистов практиков, имеющих отношение к характеризуемой проблеме.

Для экологического туризма, очевидно, такими «самыми существенными и бесспорными свойствами» являются – явная природная ориентированность, где полигонами, целями и мотивациями для путешествия становятся девственная или малоизмененная природа, ее объекты, явления, обитатели и естественная красота. Второе существенное свойство закреплено в названии – это экологичность путешествия, что, прежде всего, проявляется в отсутствии ущерба природе, либо в минимизации негативных последствий от туристов.

Оперируя этими двумя «существенными свойствами», мы сформулировали зонтичное определение. *Экологический туризм (экотуризм) – путешествия по девственным, либо малоизмененным ландшафтам, с целью наслаждения их красотой, знакомства с объектами, обитателями и явлениями природы, в ходе которых негативное влияние на природу отсутствует, либо сведено к минимуму.*

Зонтичного определения вполне достаточно для теоретического осмысления сущности явления и для организации практической деятельности в сфере экологического туризма. Оно удовлетворяет потребностям любого представителя экотуристского сообщества. Однако зонтик (umbrella) на то и зонтик, чтобы перекрывать собою (закрывать, защищать) какие-то второстепенные, менее значимые, спорные, не существенные аспекты изучаемого понятия. В данном случае – экологического туризма.

Заметим, что некоторые из существующих в настоящий момент определений экотуризма, особенно те, которые предложены опытными исследователями, изначально имели зонтичный характер. Авторы, возможно, не задумывались над этим, но сама логика научного познания подводила их к этому. Например, *«Туризм экологический – туризм, ориентированный на прямое использование более или менее «дикой» природы, как среды обитания туристов и целей путешествия, на основе внедрения экологических технологий во все компоненты тура. Экологический туристский продукт минимизирует ущерб окружающей среде и имеет воспитательное и рекреационное значение»* – на наш взгляд одно из лучших зонтичных определений туризма, размещенное в «Энциклопедии туризма» И.В. Зорина, В.А. Квартального [9]. Или короткое определение экотуризма, включенное в пятиязычный словарь туристских терминов В.М. Котлякова, А.И. Комаровой: *«Экологический туризм – туризм, направленный на лучшее понимание и бережное отношение людей к природе и побуждающий местное население сохранять природные ресурсы»* [12].

Таким же образом объясняется странная, на первый взгляд, ситуация, когда крупные, солидные организации в своей практической деятельности используют простые и короткие дефиниции экологического туризма. Например, в ассоциации «Ecotourism Australia», объединяющей туроператоров, занимающихся природно-ориентированным туризмом в этой стране, лидере экотуризма в мире, придерживаются мнения, что: *«Экотуризм – тип путешествий, который предоставляет посетителям великолепный отдых на открытом воздухе, не нанося ущерба природной среде»*.

В отечественной научной литературе упоминается около десяти менее существенных свойств (особенностей) понятия экологический туризм, которые закрепляются во многих дефинициях. Нам представляется, что второстепенные, менее существенные, не очевидные свойства понятия экологический туризм, могут быть вынесены за рамки основного, зонтичного определения. Для них может быть сформулировано свое определение второго уровня, либо дан очень краткий комментарий. Далее мы приводим предлагаемые нами определения (комментарии) некоторых свойств (признаков) дополняющих зонтичное понятие экологический туризм.

Объектами экскурсионного показа на эколого-туристских маршрутах и в дестинациях пребывания экотуристов могут быть имеющиеся историко-культурные, этнографические, архитектурные, и культовые объекты, прежде всего артефакты, связанные с проживающими на этих территориях аборигенами.

Экологический туризм способствует росту предпринимательской активности и увеличению трудовой занятости. Он стимулирует экономическое развитие регионов и приносит доход, который может быть направлен на решение задач охраны природы.

Формы организации экологических туров различны. Чаще всего это короткое пребывание с посещением информационных центров, музеев и экологических троп, либо прохождение многодневных специально оборудованных маршрутов на особо охраняемой природной территории (национальном парке и др.). Также экотуры могут реализовываться в форме пассивного рекреационного отдыха, научной экспедиции, либо как яркое, событийное мероприятие на природе.

Важной составляющей некоторых экологических туров может быть выявление, изучение, мониторинг негативного влияния антропогенных факторов на природу. Экологическое путешествие не исключает волонтерскую деятельность – исправление участниками тура отдельных нарушений в природе (уборка мусора, посадка деревьев, развешивание домиков для птиц и т.п.).

Ряд описаний второстепенных свойств и признаков экотуризма, несомненно, можно продолжить.

Пожалуй, наиболее сложным в обсуждении концепции экологического туризма является вопрос о широте подхода к этому понятию. Он был поставлен еще в первых обобщающих отечественных публикациях по экологическому туризму. Например, в небольшом по объему учебном пособии А.И. Эйтингона «Экологический туризм» [14]. К настоящему времени однозначного ответа на него нет, а имеющиеся точки зрения исключительно поляризованы. Впечатляющей иллюстрацией широкого подхода к пониманию концепции экотуризма служит интересный рисунок из статьи О.Е. Афанасьева, А.В. Афанасьевой «Рис. 2. Классификационный



полигон видов экотуризма». Как разъясняют авторы «на рисунке показаны 16 видов экотуризма, наиболее распространенных и популярных в мире» [1]. Как видим, на нем помещены «виды экологического туризма» от сбора грибов и ягод до бердвочинга, в зависимости от мотивации. От альпинизма до посещения объектов Всемирного наследия исходя из массовости путешествий. На рисунке присутствуют и сельский туризм, и джайло-туризм, вкупе с образовательным и эковолонтуризмом.

На другом полюсе узкая трактовка понятия экологический туризм. Она включает разнообразные путешествия в пределах особо охраняемых природных территорий (ООПТ) и поездки к охраняемым уникальным природным объектам с целью знакомства с ними. По-видимому, руководство Российского Министерства природных ресурсов и экологии, в ведении которого находятся федеральные ООПТ и развитие экотуризма в стране, придерживается данного узкого понимания. Мы неоднократно высказывались по этому поводу [8]. Отдельные специалисты максимально сужают поле экотуризма. Например, в своей диссертации воронежский аспирант Р.С. Рощевкин высказал идею, что участниками экологических туров могут являться только люди, получившие специальное образование в области природы: биологи, географы, экологи и т.д. [13].

Следует отметить два очевидных факта. Во-первых, зонтичное определение экологического туризма справедливо как для широкой, так и для узкой трактовки этого термина. Важно, какие дополнительные, второстепенные факторы учитываются в ходе раскрытия содержания понятия. Во-вторых, оба направления – широкое и узкое, «мирно соседствуют» в научном поле.

В завершении выскажемся по поводу таксономии экологического туризма в иерархической системе категорий туризма. В отечественных публикациях подавляющее большинство авторов не задумываются над этим и по инерции называют экологический туризм «видом туризма». В тоже время все понимают, что туризм, как явление, проявляется в исключительном разнообразии вариантов туристских путешествий и рекреационных занятий. Поэтому, неоднократно предпринимались попытки упорядочить внутреннюю структуру туризма, то есть провести его классификацию.

Например, известна классификация ростовского ученого Г.П. Долженко. В ней ветеран туристской науки относил экологический туризм к особой, вновь введенной им категории – группа видов туризма [5]. Основанием для этого был факт, что экотуры могут проводиться в самых разных формах и быть направлены на разные цели. Данный случай, выделение «группы видов», однозначно констатирует широкий подход к трактовке понятия экотуризм.

В отечественной туристской науке, как правило, вид туризма выделяют на основании главного мотивационного признака, имея в виду цель, к которой стремится турист в данном путешествии. Спортивная цель – спортивный туризм; лечебная цель – лечебный туризм. Исследователи солидарны в том, что главная цель экологических путешествий – познавательная, направленная на знакомство и изучение природы и ее структурных элементов. В такой ситуации логично называть экологический туризм разновидностью (подвидом) познавательного туризма. Вот как пишет по этому поводу М.И. Васильева: «Экологический туризм нередко отождествляется с познавательным туризмом на особо охраняемых природных территориях. Например, Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 31.05.2014 № 941-р) говорит о развитии познавательного (экологического) туризма на ООПТ... При этом, определения экологического и познавательного туризма таковы, что экологический туризм фактически сводится к познавательному...» [3; 4].

С другой стороны, если экологический туризм – вид туризма, то как внутри него могут находиться еще «16 видов экотуризма» названных учеными Российского Государственного университета туризма и сервиса? [1]

В классификации Г.П. Долженко, и в некоторых других вариантах систематизации туристских путешествий, используется таксон – форма туризма. Для выделения форм туризма применяются различные формальные признаки. Например, возраст туристов, количество туристов в группе и т.д. В том числе одним из таких признаков является связывание названия формы туризма с объектом, на котором (к которому) осуществляется путешествие [5]. Водный туризм – путешествие по акватории водоема, горный туризм – путешествие по горам, музейный туризм –



посещение музеев и галерей, и т.д. Почему же тогда «экологический туризм» не может быть особой формой туризма, предполагающей путешествие в границах особо охраняемых природных территорий? В этом случае ответ лежит в плоскости узкой трактовки понятия экологический туризм.

Ответы на все затронутые вопросы непросты. Соответственно, требуются дальнейшие теоретические поиски в рамках концепции и моделей экотуризма.

#### Список источников:

1. Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В. Концепт «экологического туризма» в мировой и российской практике: компаративный анализ и кейсы // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т.11. – №4. – С. 7-26
2. Бочарников В.Н. Рекомендации по развитию экологического туризма в Приморском крае на основе принципов устойчивого развития и экологического туризма / В.Н. Бочарников, А.А. Новоселова // География и туризм. – 2023. – № 2(12). – С. 63-70.
3. Васильева М.И. К юридическому определению понятия экологического туризма / М.И. Васильева // Lex Russica (Русский закон). – 2020. – Т. 73. — № 4(161). – С. 34-52.
4. Васильева М. И. Экологический туризм: от термина - к понятию / М.И. Васильева // Материалы международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития экологического, земельного и аграрного права», Москва, 19 июня 2018 года / Отв. редакторы: В. В. Устюкова, Т. В. Редникова, О. А. Самончик, Ю. А. Каспрова. – М.: Институт государства и права РАН. — 2018. – С. 59-68
5. Долженко Г.П. Опыт разработки классификации современного российского туризма // Труды Международной туристской академии. Вып. 5. «Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке». — 2010. — С. 59-69.
6. Дорофеев А.А. К вопросу об определении понятия «экологический туризм» / А.А. Дорофеев // Туризм и региональное развитие: сборник материалов конференции, Смоленск, 14–15 мая 2002 года / Смоленский гуманитарный университет. – Смоленск: Универсум. — 2002. – С. 369-373.
7. Дорофеев А.А. Концепции и модели организации экологического туризма / А.А. Дорофеев, А.К. Лабутина // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. – 2022. – № 1(37). – С. 58-68.
8. Дорофеев А.А. Экотуризм в России: главные дестинации и туристские прибытия / А.А. Дорофеев, Л.П. Богданова, Е.Р. Хохлова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т. 11. — № 4. – С. 38-46.
9. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма / Справочник. М.: Финансы и статистика. — 2003. — 368 с.
10. Зонтичное понятие - что это и как используется? // Faqguru.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://faqguru.ru/faq/znacheniya/zontichnoe-ponyatie-cto-eto-i-kak-ispolzuetnya> (дата обращения: 11.04.2025).
11. Кортун В.В. Рецензия на монографию «Энциклопедия туризма» / В. В. Кортун // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2017. – Т. 11, № 3. – С. 88-91.
12. Котляков В.М. Туризм: природа - культура - путешествия : пятиязычный словарь : русский (с крат. дефинициями), английский, французский, испанский, немецкий / В.М. Котляков, А.И. Комарова. - М.: Изд. Дом «Кодекс». — 2013. — 672 с.
13. Рощевкин Р.С. Оценка перспектив развития экологического туризма в Воронежской области : специальность 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география» : диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук / Рощевкин Роман Сергеевич. – Воронеж. — 2013. – 188 с.
14. Эйтингон А.И. Экологический туризм : Конспекты лекций / А.И. Эйтингон; Рос. междунар. акад. туризма. – Москва : РИБ «Турист». — 2001.
15. Экологический туризм на пути в Россию: Принципы, рекомендации, рос. и зарубеж. опыт / WWF; [Ред.-сост: Е.Ю. Ледовских и др.]. – Тула : WWF России : Фонд развития экотуризма «Дерсу Узала». — 2002. – 283 с.

16. Энциклопедия туризма / О.Е. Афанасьев, И.В. Бушуева, О.И. Вапнярская [и др.]. – Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса. — 2017. – 496 с.
  17. Hetzer D. Environment, tourism, culture // UNNS, Reported Ecosphere. — 1965. — Pp. 1-3.
  18. Ceballos L.H. The Future of Ecotourism // Mexico journal. — 1984. — Pp. 13-14.
  19. Ceballos L.H. Ecotourism in Central America // Technical Report for WTO/UNDP. – 1993.
  20. Miller K.R. 1978. Planning National Parks for Ecodevelopment: Methods and Cases from Latin America. Center for Strategic Wildland Management Studies, The School of Natural Resources, University of Michigan, Ann Arbor, Michigan. — USA. —1978. — 625 p.
-

**ДЕТСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ – СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ РЕСУРС**

**Казакевич Т.А.**, научный руководитель ситуационного центра «Детская одаренность» АНО колледж «АИСТ», канд. пед. наук, доцент, [takazakevich@mail.ru](mailto:takazakevich@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается новый образовательный ресурс: детский туризм, туристская педагогика. Определены психологические особенности детского восприятия мира, способности к воображению, к формированию впечатлений. Дана характеристика образно-ассоциативному мышлению, доминирующему в детском возрасте над формально – логическим. Выдвинуты стратегические задачи по возрождению коллективного детского отдыха и рекреации детей на территории РФ. Сформулированы особенности единого образовательного пространства.

**Ключевые слова:** детский туризм и рекреация, образно – ассоциативное мышление, туристская педагогика, регионоведение, впечатление, воображение, единое образовательное пространство

**CHILDREN'S TOURISM IN RUSSIA – A STRATEGIC EDUCATIONAL RESOURCE**

**Kazakevich T.A.**, Scientific director of the situational center «Children's giftedness» ANO college «STORK», Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor

**Abstract.** The article considers a new educational resource: children's tourism, tourism pedagogy. The psychological features of children's perception of the world, the ability to imagine, to form impressions are determined. The characteristic of figurative-associative thinking, which dominates formal-logical thinking in childhood, is given. Strategic objectives have been put forward for the revival of children's recreation and recreation for children in the territory of the Russian Federation. The features of the unified educational space are formulated.

**Keywords:** children's tourism and recreation, figurative – associative thinking, tourism pedagogy, regional studies, impression, imagination, unified educational space

Кризис российской образовательной системы привел к возрождению ее миссии и более того, к необходимости расширения образовательной среды и внедрения в педагогику новых информационно-коммуникационных технологий. Стратегия национальной безопасности России [9] провозгласила создание комфортной среды для проживания россиян во всех регионах, населенных пунктах страны. Комфортная среда обитания предусматривает наличие (и использование) ландшафтных ресурсов, природных ресурсов в образовательном процессе и организации досуговой деятельности местных жителей. Образовательный процесс, изменчивый и вечный, включает в себя социализацию, обучение и воспитание. Воспитание будем рассматривать в рамках доклада как процесс обогащения души человека социокультурными благами. При этом в воспитании молодого поколения доминирует общественное начало, поскольку эгоцентризм, эгоизм ребенка - врожденный инстинкт, оттачиваемый природой много миллионов лет.

В российской образовательной политике свершилось чудо: география, история и даже геология отодвинули математику с физикой и химией в учебных планах. Решено включать в школьное образование в качестве необходимого предмета регионоведение. Торжествует музейная педагогика – это когда посещение местных достопримечательностей входит в образовательную программу. Каждый ребенок, каждый школьник, каждый гражданин просто обязан знать свой родной край, его неисчислимые природные сокровища: ландшафт, климат, флору и фауну, полезные ископаемые и даже бесполезные, но натурального происхождения камни. Кстати, кладоискательство, геммология, интерес к археологии тоже на повестке дня детей. А как приобщить

детей к этой «истории с географией»? Конечно, прямым погружением в природу. Походы, поездки, летние лагеря и палаточные городки. Если вспомнить советское детство, станет ясно, что дети просто обязаны погружаться в природную среду хотя бы во время каникул, в том числе в летние месяцы. Очень длинные летние каникулы – три месяца в году. Вот оно, идеальное детство. Детское детство. Не случайно В.В. Путин указал на необходимость создания зон отдыха и обширных парковых зон, в том числе аквапарков на территориях городов [7]. Сегодня активно добавляется в образ жизни детей еще одна социальная практика – туризм. Туризм позволяет детям окунуться в путешествие. Отправиться, наконец, за линию горизонта в новые неизведанные земли, ознакомиться с регионом, с его ландшафтами, флорой и фауной, обычаями и традициями его населения, его кухней и историей. Что может быть прекраснее для детей, обожающих открывать новое, неизведанное? Российские дети с удовольствием будут заниматься туризмом как в рамках школьной программы, так и во внеурочное (СВОБОДНОЕ) время [3, с.107]. Правительство требует создания уникальных образовательных программ подготовки инструкторов, экскурсоводов, игротехников, вожатых и аниматоров для детского и семейного туризма. Следует признать также важное направление в развитии российского туризма – совместная деятельность образовательных и культурных организаций. Объединив усилия и добрые намерения, мы, конечно же, обогатим образ жизни детей (и их родителей заодно).

Еще в Древней Греции человека называли не только *homo sapiens*, но и *homo duplex*. Человек природосообразный и социокультуросообразный. Двойственная натура. Чего в человеке больше: социума или природы, определить невозможно, да и ни к чему. Гармония должна быть в любом человеческом существе. «В детях природосообразного начала гораздо больше. Они ближе к природе по определению, социум не успел наложить на ребенка свои жесткие нормы и правила проживания на планете» [1, с.221]. Если добавить недостатки урбанизации, станет совсем понятно, почему детям позволительно и даже жизненно необходимо продолжать свое тесное общение с живой природой.

При организации детского туризма важно учитывать психолого-педагогические аксиомы.

Первая. Возрастная психология утверждает, что ребенок настроен природой на частую смену видов деятельности. Для него очень страшна рутина, повторяемость, которые тут же вызывают СКУКУ. Его мозг паникует при отсутствии новых порций информации различной модальности. Итак, следует помнить, что дети всегда готовы к многозадачности - смене вида деятельности и к обязательному разнообразию.

Вторая. Прежде всего, необходимо соблюдать гармонию между разнообразными способностями и возможностями реальных детей. Учитывать особенности детского восприятия, «всеядности», высокой сензитивности (восприимчивости, чувствительности) и, конечно, природного любопытства. Каждый ребенок всегда готов заглянуть за горизонт. А потому предлагаемый детям туристический продукт должен быть сложносоставным. Почему-то наши детки от природного (врожденного) любопытства.

Третья. Детки еще совсем недавно были очень коммуникабельны, умели общаться невербально буквально с первым встречным. А уж вступить в игру для них было просто необходимо [10]. Детки наши еще вчера были очень доверчивы и общительны в реальной жизни. Это их врожденные (природоданные) качества. Нам, педагогам - психологам такие личностные качества необходимо срочно вернуть каждому ребенку. Скачок заболеваемости РАС (расстройства аутистического спектра) вызвано как раз поголовной цифровизацией, резкими ограничениями в общении со сверстниками, с живой природой и реальной жизнью.

На этих постулатах следует остановиться поподробнее при составлении и реализации туристских программ, при насыщении их компонентами и видами субъектности. Вспомним роль устного народного творчества (сказки, легенды, мифы) в многовековом развитии социума. Древний человек и язык – то изобрел прежде всего вот для этого – для сочинения сказок, для создания и передачи в будущее следующим поколениям своих надежд, чаяний, стремлений. Именно, что в целях межпоколенческого общения людей. Как быть со сложными понятиями? Когда «трудно высказать и не высказать то, что на сердце у меня». Складывалось в веках постепенно это чудесное устное народное творчество, прежде всего, повторюсь, для сохранения и передачи этой

чрезвычайно важной информации. Виртуальной информации, не на материальном носителе, как правило. Сказки, легенды, мифы – самый яркий представитель коммуниката, вероятно потому, что предназначены для передачи очень важной и вечной информации новым поколениям [3]. Под коммуникатом понимают информационное сообщение. В самом общем плане – это данные, сведения, факты, описания. И устное народное творчество, сказки, легенды, колыбельные, песнопения, злободневные частушки, хороводы. Из уст в уста и во веки веков передавались эти социокультурные коды с очень высокой целью. С целью сохранения духовно–нравственных основ народа и дальнейшего развития «человечности» в человеке. Произведения народного творчества – важнейший способ межпоколенческой коммуникации, значимый коммуникат. Это уникальное информационно–коммуникационное явление в социуме [2]. «Всехнее», причем и универсальное. Заметьте, что сказки разных народов содержат эти архиважные смыслы: добро и зло, хорошо и плохо, гении и злодеи, угрозы и опасности, дружба и ссора, игры, забавы, беды и праздники, один за всех и все за одного, благодарность и гнев. Да мало ли каким сложным вещам надо умудриться научить детей легко и играючи. Не прав наш всенародный поэт А. Пушкин, очень уважающий русские сказки, но вот так нелепо высказавшись о их сути: «Сказка – ложь, да в ней намек, добрым молодцам урок». Давайте с этого и начнем. А для начала нам понадобится еще одно понятие – дезинформация.

Дезинформация – это умышленное искажение фактов, сведений, данных с целью ввести в заблуждение, затруднить успех коммуниканта (того, кому эту самую дезинформацию вручают). Как правило, это делается в политических, военных, коммерческих или даже лично – корыстных целях. Вот, например, у Виктора Драгунского есть чудесный рассказ про гнусный поступок старшего брата Вити, скушавшего втихаря целую банку варенья и затем намазавшего эти варением губы спящей младшей сестренки трех лет. На вопрос мамы: «Это ты съел варенье?» – мальчик выдал ложь: «Нет. Я не ел». Это еще не все. Самое страшное, что, утром мама сильно отругала невинную Ирочку, а Вите дала мороженко.... Он его спокойно съел, а потом пошел хвастаться этим своим поступком перед друзьями. Что вошло в состав дезинформации? Что было главным? Совсем не ложное высказывание: «Я не ел», главным было намазывание губ малышки вареньем. А еще совсем – совсем главным в создании дезинформационного сообщения был очень злой умысел свалить свою вину на малышку. Не просто избежать ответственности. Вот такие лично–корыстные цели у дезинформационного коммуниката, обращаю ваше внимание. Вся суть всемирного потопа фейков в этом и заключается.

Сказки сообщают ребенку в доступном виде очень емкую и сложную информацию. Полную и точную при этом. Пора уже назвать эти единички информации. Образ и ассоциативные связи. Теория информации, информатика, кибернетика не стали заниматься этими сложными единицами информационных коммуникаций [3]. Они ограничились бинарными формальностями: «ложность высказывания» и «истинность высказывания». Третьего не дано. Формальная логика тоже очень «формально» подошла к этому коммуникативному процессу: вывод, коннотат, силлогизм и др.

Полисемантика – вот научное направление, которое работает со смыслами, с рассуждениями. И в том числе, с умыслами и грязными домыслами. Человек довольно часто говорит одно, думает другое, а делает третье. Вот такой он коварный. Дети раньше это прекрасно знали, умели предвосхищать события и поступки взрослых, умели манипулировать ими, телепаты наши. Преадаптанты. Потому они обожали Сказку, где всегда есть место фантазии, полету мысли, иносказанию, творчеству. При этом работает всюю древнейшее образно–ассоциативное мышление. В детском мозгу активно создаются сложные и информационно емкие ОБРАЗЫ, связываемые между собой замысловатыми ассоциациями. Ассоциациями мы будем называть различные связи между самыми разными понятиями и дефинициями. Не только всем известные формализованные категории: причина – следствие ( «благодаря» или «вопреки», к тому же), форма и содержание, общее – особенное– индивидуальное; абстрактное и конкретное. Надо ли повторять, что это самое образно – ассоциативное мышление (древнейшее, первозданное) доминирует над научным, строго объективным, универсальным и однозначным абстрактно – логическим, которое получило свое развитие в социуме не так давно, вместе с появлением наук, научного знания. Антропологи почему – то не удивляются такому несправедливому доминированию. Они точно знают, но молчат, что



человек произошел от обезьяны только потому, что научился воображать. Создавать виртуальные образы в мозгу и связывать их в разнообразные конструкции с помощью ассоциаций. И записывать эти «конструкции» на «жесткий диск», в память. Создает ребенок в своем мозгу сеть сети сетей образов, картину окружающего мира. Да не статичную, а очень динамично развивающуюся и корректируемую. Создает эту картину он из информации разных модальностей, задействованы около сорока «датчиков» мониторящих окружающий мир, пять известных органов чувств, а также шестое чувство – преадаптация, телепатия, предчувствие, ожидание. «И, наконец, самое сложное седьмое чувство, самое «человеческое» – наделение образов и фрагментов семантической сети смыслами и даже вербальными значениями» [2, С.30]. Образно – ассоциативное мышление необходимо и даже достаточно для творческого процесса? Творчество и есть, по сути, способность мыслить образно – ассоциативно. А не абстрактно – логически. Логика убивает творческий процесс одним простым вопросом: «Зачем ты это делаешь?» Стоп, камера. Может быть, поэтому, так трудна судьба блогеров, кинувшихся интерпретировать все и вся со своей колокольни, со своим убогим умыслом частенько, да еще и в коммерческих целях. «Ведь музыку нельзя руками...» Не тянитесь в своей погоне за наживой к сказкам. Нельзя. Этот социокультурный код надежно охранял и охраняет новые поколения от духовной деградации и расчеловечивания.

Введем еще одно понятие: амбивалентность мышления. На наш взгляд, оно удачнее, чем дивергентность [8], потому что не формализуемо, не плоско, а сферично. Строится на великолепном чисто филологическом явлении «оксюморон» к тому же. Посудите сами. Мой любимый тренажер «Почему сапожник без сапог?». Вариантов ответа множество и все имеют право на существование, на истинность. Когнитивисты относятся с большим негативом к вопросительному слову «Почему». Понятно, почему. Ученые же они, все с головой погружены в науку, в абстрактно – логическое мышление, где истина может быть только одна. Их можно понять. А вот педагогам, экскурсоводам и игротехникам некуда деваться от этого вопроса. Совсем не детского. Почему. Почемушки. Возрастные психологи это знают, а психологи детской одаренности почему – то не знают. Знает только А.А. Мелик – Пашаев со своими единомышленниками, провозгласившими «презумпцию» детской одаренности. С ним дважды соглашались Президенты РФ. Первый раз это был Д.Медведев, задумавший создать общероссийский реестр одаренных детей (по видам одаренности: математическая, музыкальная, социальная и дальше по мере убывания важности вида) Александр Александрович смог отговорить его этого тупика [5]. Второй раз Александр Александрович получил согласие Президента Путина В.В. в 2014 году [6] на презумпцию детской одаренности всех детей.

Под художественной одаренностью будем понимать не только развитие изобразительных умений, не только развитие музыкальных способностей, но и поэтических и литературно – художественных, актерских, дизайнерских, «архитектурно – скульптурных». Способностей создавать новые уникальные произведения искусства, социокультурные «объекты», способностей к разным видам Искусства. Это тем более актуально, что человечество получило еще больше свободного времени в свое распоряжение. Переходим на «четырехдневку». А значит, человечеству необходимо тратить это свободное время на творческое развитие, на спорт, на искусство, на культуру. И на путешествия, на туризм, на походы в гости, конечно. Чтобы не было мучительно больно за бесцельное многодневное «зависание» в сети, на жадное поглощение фейков и дезинформации, на дегенерацию и девиацию.

Многозадачные дети. Вольные птицы и очень свободные: рвутся за горизонты [8]. Умеют переключаться, отвлекаться от заданного маршрута сплошь и рядом. Дети амбивалентны и непредсказуемы: нарушают правила, превышают полномочия, бегают по лужам, снимают шарф и шапку. Всегда ждут новизны. Главный враг ребенка – рутина, повторяемость. В отличие от взрослых, которые просто обязаны жизнедеятельствовать по заданному алгоритму, передвигаться исключительно на транспортных средствах по асфальтированным дорогам. И ничего лишнего: все оптимально и отлажено. Еще и умный дом им в помощь. Такой аутсорсинг наблюдается в образе жизни взрослого человека. Вместо образа жизни теперь популярен образ рекреации: отдых и восстановление сил. Забыли цивилизованные мы, что хорошо отдохнуть можно только в одном случае: если ты сильно устал, потратил много–много сил. И их надо восстанавливать, конечно.

Лучший способ их восстановить, как известно, сон. НО. Много спать вредно. Потому просвещенное человечество, например, психологи подсмотрели у детей другой способ отдыха – смена вида деятельности.[9]. Например, после тяжелого физического труда очень хорошо проходят занятия умственным трудом, когнитивная деятельность. И мозгу полезно. Также это правило работает в обратном направлении: благославленный физический труд по возделыванию земли, например. Посади дерево. Общественно – полезный труд. Младшеклассники (ученики начальной школы) придумали отличный вариант смены вида деятельности: на переменах после напряженной умственной деятельности все мальчики начинали быстро бегать, а девочки – прыгать. В классики, в резиночку, на прыгалках. Или даже просто на месте. Мою пятилетнюю крошку именно прыжки на месте спасли от долгого мучительного ожидания мамы в аэропорту. Она просто измучилась от невыносимого ожидания. Посмотрите, как гармоничны наши дети, как умело они строят свой образ жизни. Весь окружающий мир, природа, подстроена под наших человеческих детенышей. Давайте им поможем развивать свое богатое образно – ассоциативное мышление, окунаться в миры Культуры, Искусства, Спорта...et cetera. На том стоим мы, сотрудники индустрии туризма и гостеприимства.

Рассмотрим еще несколько модусов, способных обогатить наше представление о многозначности и мультимедийности образа, того образа, который с легкостью создают наши дети. Прежде всего, конечно, их чуткая интерпретация лица человека, его облика, манер, голоса. И вот уже готов образ визави, первое впечатление, которое вряд ли вы сможете изменить. Как важно внушить студентам, что умение создать благоприятное первое впечатление – это путь к профессиональной успешности.

Второе архиважное умение – умение путешествовать играючи. Легко, весело и увлекательно. «Ее величество ИГРА – необходимый компонент жизни ребенка» [8, с 23]. Надо ли объяснять необходимость и важность работы игротехника, аниматора в составе сотрудников, формирующих турпродукт прямого назначения: прямо в душу, прямо в сердце ребенка. Туризм, путешествие – одно из самых увлекательных видов деятельности детей. Основные разновидности игр здесь следующие: подвижные, спортивные, сезонные, когнитивные (развивающие интеллект), «на сообразилровку» и др. Непременно веселые и дружелюбные, коллективные и событийные.

Огромный мир музыки (рисунок танца, ритм, вокал, инструментальные сопровождения, стихи, слова песни), древнейшее и необходимое сопровождение жизни человека. Рисунок и скульптура, архитектура, модели одежды, украшения, игрушки, предметы быта, мебель, все рукотворные предметы. Все идет в ход для формирования образов в процессе туристической деятельности. Турист – ребенок «всеяден». Трудно найти более отзывчивую аудиторию. Главное правило работы – доходчивость, доступность информации и, конечно, Ваш личный интерес и даже восторг к демонстрируемым явлениям, историческим фактам, произведениям искусства. Плюс фантазийность: легенды, сказки, романтические предположения, загадочность и оксюморон.

Еще одна сфера для тщательной интерпретации – мир природы. Флора и фауна, ландшафты, климат, ветер, гроза, дождик–дождик посильней, горы и равнины, мировой океан во всех его видах – реки, моря, озера, пруды, ручьи даже лужи. Вот те сферы и миры, из которых малыш черпает информацию для создания образов. Одновременно он размещает эти свои образы в собственную сеть сети сетей в мозгу. Ах, какой уникальный мозг, какой емкий. Возрастные психологи могут добавить массу физиологических подробностей про эти уникальные способности детей – создавать образы, строить ассоциации, запоминать и мгновенно находить нужную информацию, нужные фрагменты семантической сети. Напомним, что «фрагмент семантической сети - это образы, связанные в сеть разными ассоциативными связями» [3,С.129] Без сомнения, формирование семантической сети невозможно без просветительской деятельности, организуемой очень активно в рамках любой туристической поездки. Заинтересовываем, пробуждаем интерес, даже интригуем. При этом, не занимаемся напрямую наукой. А вот исследованиями занимаемся. Почувствуйте разницу.

**Выводы:**

1. Высокие способности детей к образно – ассоциативному мышлению, их многозадачность и баланс культуросообразности с природосообразностью требуют расширения образовательной среды далеко за пороги образовательных учреждений.

2. Суверенная образовательная система РФ резко расширяет свои полномочия в плане обеспечения гармоничного развития детей и подростков, защиты мира Детства от всемирного информационного потопа фейков, от деградаци и девиации.

3. Разрабатываемая образовательная программа для подготовки специалистов в сфере детского (семейного) туризма (экскурсоводов, аниматоров, инструкторов, игротехников, ведущих, вожатых, тренеров) должна включать возрастную психологию, коммуникологию, семиотику, психологию детской одаренности, педагогику, игротехнику, культурологию (выработка навыков ведения просветительской деятельности непосредственно для детской аудитории). Наличие в составе образовательной программы мультимедийных учебников и практикумов строго обязательно.

**Список источников:**

1. Запорожец А.В. Психология действия. – Воронеж: НПО «МОДЕК». – 2000. – 736 с.
2. Казакевич Т.А. Роль образно–ассоциативного мышления в образовательных коммуникациях// Коммуникология. Электронный научный журнал – 2019.– Т.4. – №4. – С.28–37.
3. Казакевич Т.А. Детское детство. Мультимедийный междисциплинарный учебник. — М: Дашков и К. — 2024.
4. Казакевич Т.А. Развитие детского туризма в России: второе дыхание // Материалы XVI международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» – М: Университетская книга. – 2021. — С.169-176
5. Мелик–Пашаев А.А., Новлянская З.Н. Психология художественного творчества. Развитие художественной одаренности детей в пространстве общеобразовательной школы. — М: РШБА. — 2022.
6. Мелик – Пашаев А.А. Замечания по проекту постановления Правительства РФ «О выявлении одаренных детей»// Психологическая газета. — 2015.
7. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 01.12.2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_207978/](https://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207978/) (дата обращения: 19.03.2023).
8. Савенков А.И. Психология детской одаренности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.psychol-ok.ru/lib/savenkov/ko/ko\\_01.html](http://www.psychol-ok.ru/lib/savenkov/ko/ko_01.html). (дата обращения 25.02.2024).
9. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации (утв. указом Президента РФ от 02.07.2021 № 400).
10. Субботский Е.В. Ребенок открывает мир. – СПб.: Питер. – 2005. – 334 с.
11. Шмаков С.А. Ее величество ИГРА. М: Прогресс. – 1985. – 335с.

## СТРУКТУРИЗАЦИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

**Коньшев Е.В.**, заведующий кафедрой социально-экономической географии, Пермский государственный национальный исследовательский университет, канд. геогр. наук, доцент, [konj@bk.ru](mailto:konj@bk.ru)

***Аннотация.** В статье раскрываются основные подходы к структуризации туристско-рекреационного пространства. Туристско-рекреационное пространство рассматривается как часть общественно-географического, характеризующееся множественностью структур и структурных отношений. Процесс структуризации может рассматриваться как методологический подход для более содержательного и комплексного изучения туристско-рекреационного пространства. В статье излагается авторская точка зрения на функциональную, территориальную, процессуальную и ментальную структуру туристско-рекреационного пространства.*

***Ключевые слова:** методология, туризм, общественная география, методы исследования, туристский регион, пространство*

## STRUCTURING THE TOURIST AND RECREATIONAL SPACE

**Konyshev E.V.**, Head of the Department of Socio-Economic Geography, Faculty of Geography, Perm State University, Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor

***Abstract.** The article reveals the main approaches to structuring the tourist and recreational space. The tourist and recreational space is considered as part of the socio-geographical, characterized by a plurality of structures and structural relations. The process of structuring can be considered as a methodological approach for a more meaningful and comprehensive study of the tourist and recreational space. The article presents the author's point of view on the functional, territorial, procedural and mental structure of the tourist and recreational space.*

***Keywords:** methodology, tourism, human geography, research methods, tourist region, space*

**Введение.** Изучение категорий «пространство» и «время» занимает особое место не только в философских и социальных, но и географических науках. Более того, географическое пространство рассматривается в качестве предельного объекта познания, объединяющим большую семью географических наук. Ключевым отличием географического пространства является наличие геотории [1]. Заметный вклад в теорию и практику изучения географического пространства внесли отечественные и зарубежные ученые, однако единой, общепринятой теории еще не сложилось [5]. Более того, в некоторых работах отмечается недостаток исследований свойств географического пространства, и даже критика географического сообщества. Как отмечает Л.В. Смирнягин [16], пожалуй, единственным диссертационным исследованием, посвященным изучению свойств географического пространства, является работа В.А. Шупера [25]. Нет единства и в выделении границ географического пространства. Так, по одному из мнений, границы географического пространства выходят за пределы земной поверхности и «определяются диапазоном распространения объектов социального бытия» [18].

Изучение свойств географического пространства осуществляется в русле двух основных ветвей географии – физической и социально-экономической (общественной), которые опираются на различные методологические подходы и методы [26]. Более того, зарождение и становление общественной географии как науки позволило выделить в структуре географического пространства отдельное общественно-географическое (социально-географическое) пространство и сделать его объектом изучения [21]. К настоящему в общественной географии обозначились два основных



подхода к организации исследований общественно-географического пространства: материалистический (Э.Б. Алаев, Ю.Г. Саушкин, П.Я. Бакланов, В.А. Осипов, А.Г. Топчиев, А.М. Трофимов, А.И. Чистобаев, М.Д. Шарыгин, О.И. Шаблий и др.) и идеалистический (Д.Н. Замятин, В.Л. Каганский, И.Н. Корнев, Ю.Н. Гладкий и др.). Так или иначе, общей методологической проблемой изучения географического пространства является понимание его структуры, которая определяется устойчивыми связями между природными и общественными компонентами геопространственных систем [19]. При этом, именно туристско-рекреационное пространство, являясь частью общественно-географического, наряду с этно-, культурно-, и духовно-географическим, по мнению М.Д. Шарыгина, является наименее структурированным и изученным среди всех подпространств географического пространства - времени [22].

**Материалы и методы исследования.** Под *туристско-рекреационным пространством* понимается реальное и ментальное пространство туристских и рекреационных объектов в сочетании с пространством совокупности связей и отношений между ними, развивающиеся на конкретной территории и в определенном времени [24]. Туристско-рекреационное пространство, с одной стороны, может рассматриваться как глобальное [12], и процессы глобализации неизбежными, но с другой стороны, можно отметить, что усиливаются и процессы регионализации. Следует подчеркнуть, что именно в сфере туризма, где одним из ведущих факторов, повышающих туристскую мобильность, являются впечатления, и каждая территория стремится подчеркнуть свою природную, культурную, социальную, экономическую и иную уникальность процессы регионализации протекают наиболее интенсивно.

Туристско-рекреационное пространство проявляет такие свойства, как системность, сложность, дискретность, континуальность, рассредоточенность, динамичность, размерность, кривизна, плотность, концентрация, поляризация, а также энтропийность [13]. При этом именно неоднородность, дискретность туристско-рекреационного пространства является объективной причиной концентрации туристско-рекреационной деятельности в определенных местах, и образования сложных, упорядоченных структур.

Специфические черты и свойства туристско-рекреационного пространства наиболее ярко проявляются в процессе его территориализации и виртуализации. *Территориализация* – это выражение целостности, неразрывности явлений и процессов социально-экономической жизни общества и жизни Земли, природы, конкретных частей географической оболочки [11]. И наряду с понятиями о сбалансированности и пропорциональности дополняет представления о территориальной структуре общественно-географического пространства [20]. В отношении туристско-рекреационного пространства, как части географического пространства, территориализация позволяет упростить измерения (до трех) и реализовать (воспринимать) его в форме территориальных туристско-рекреационных систем. В свою очередь, *виртуализация* приводит к формированию ментального туристско-рекреационного пространства и необходимости разработки теории и методики оценки восприятия туристско-рекреационного пространства.

Таким образом, в целях комплексного изучения туристско-рекреационного пространства, оценка связей и отношений между его компонентами должна осуществляться на функциональном, территориальном, процессуальном и ментальном уровнях.

**Результаты исследования.** На *функциональном уровне изучения* туристско-рекреационного пространства рассматривается соотношение туристского и рекреационного подпространства. И хотя они развиваются неотрывно друг от друга, зачастую сливаясь, необходимо рассматривать их индивидуальные черты и свойства. В основе туристской подсистемы лежат наиболее уникальные, «брендовые» ресурсы территории, способные вызвать туристский интерес. Рекреационная подсистема, прежде всего, базируется на наиболее распространенных, «типичных» ресурсах, широкодоступных для местных жителей в процессе рекреации. Функциональная структура раскрывает внутренние и внешние функции компонентов туристско-рекреационного пространства, особенности «вертикального» и «горизонтального» их взаимодействия. На региональном уровне внутренние функции способствуют формированию и развитию территориальных туристских систем, а внешние функции обеспечивают позиционирование региона в глобальном туристско-рекреационном пространстве. Формирование устойчивых совокупностей элементов и компонентов



региональной туристско-рекреационной системы в процессе выполнения определенных функций в составе туристских регионов приводит к образованию устойчивых структурных блоков (подсистем). Наиболее значимыми являются следующие блоки: туристско-рекреационный потенциал, организационно-управленческая структура, туристско-рекреационные потребности, туристская индустрия и инфраструктура, структура и география туристских потоков. Для исследования свойств туристско-рекреационного пространства на функциональном уровне наиболее часто применяется системно-структурный подход.

Для структуризации туристско-рекреационного пространства также применяется пространственно-временной подход, который по мнению Е. Г. Анимиды [3], все чаще применяется не только в географических, но и в большей части гуманитарных (общественных) наук. Пространственно-временной подход особенно эффективен в туристско-рекреационных исследованиях, так как позволяет вскрыть всю «многослойность» туристско-рекреационной системы.

*Территориальный уровень* организации туристско-рекреационного пространства отражает процессы концентрации и децентрации, формирование функциональных поясов вокруг центра, ядер и ареалов, отражает процессы сезонности и устойчивости. В результате формируется территориальная структура туристско-рекреационной системы, которая упорядочивает процессы развития туризма и рекреации. Как правило, для изучения территориальной структуры применяются методы туристско-рекреационного районирования, а также рекреационного зонирования [10]. При этом исследуются и формы территориальной организации сферы туризма – туристско-рекреационные кластеры, особые экономические зоны, туристские районы и туристско-рекреационный каркас. Немаловажное значение имеет и изучение туристских маршрутов, которые объединенные в единую сеть формируют своеобразную структуру туристско-рекреационного каркаса. По мнению А.И. Зырянова, маршрут складывается в том месте, где весь комплекс ресурсов оптимален, он является фокусом территории и следует согласно основной структуре территориальной системы. Логично выстроенный маршрут несет наиболее полную и достоверную информацию о районе путешествия [8].

Дополнительно к традиционным методам районирования, могут применяться геокодирование, картографирование и пространственное моделирование. Так, пространственный анализ позволяет оценить степень развития региональной туристско-рекреационной системы в зависимости от внешнего влияния и уровня развития других региональных туристско-рекреационных систем [15].

На *процессуальном уровне* рассматривается образование ресурсных энерго-вещественных циклов (РЭВЦ), которые раскрывают механизм преобразования регионального потенциала в капитал, обеспечивая обмен энергией, веществом и информацией. Концепция ресурсных энерго-вещественных циклов получила развитие в трудах М.Д. Шарыгина. Он рассматривал их как наиболее обобщенные компонентно-структурные образования пространственных общественных систем. По его мнению, применение концепции РЭВЦ позволяет оптимизировать процессы материального воспроизводства на разных иерархических уровнях [23]. Несмотря на критику концепции РЭВЦ, проявившуюся после перехода к рыночным отношениям, считается, что и в современных условиях она не утратила своей актуальности, в частности применяется как эффективный инструмент регионального анализа и планирования [9].

В тоже время, в своей классической интерпретации применение концепции РЭВЦ для изучения сферы туризма и рекреации выглядит, на первый взгляд, не обоснованным, так как большую долю в структуре туристского продукта составляют нематериальные услуги. Следует отметить, что в ряде исследований предпринимались попытки адаптации концепции РЭВЦ к особенностям сферы сервиса. Были предложены идеи по выделению информационно-производственных циклов [4], циклов рыночной экономики [17], туристско-рекреационных производственных циклов [14].

Однако, РЭВЦ рассматриваются нами как связующий элемент региональной туристско-рекреационной системы. Пусковым механизмом и «топливом» преобразования регионального потенциала в региональный капитал являются потребители (туристы и рекреанты). Поэтому РЭВЦ

как процесс наиболее полно проявляются в момент потребления и могут менять свою структуру и свойства в зависимости от трансформации туристско-рекреационных потребностей. До взаимодействия с потребителем РЭВЦ рассматривается нами как модель, в которой наибольшей статичностью (устойчивостью) обладают природные условия и ресурсы, а также объекты инфраструктуры. При определенных условиях может происходить концентрация РЭВЦ в пространстве. Кроме того, такие свойства, как целостность, разнообразие и сложность РЭВЦ, позволяют провести районирование территории, выделить туристско-рекреационный каркас, обозначить точки роста.

Относительно новым направлением в рекреационной географии является изучение туристско-рекреационного пространства на *ментальном уровне*. Одним из первых, кто обратился к проблемам географичности в ментальном пространстве стал американский географ И-Фу Туан, который рассматривал пространство как движение и действие, а место в его теории — это остановка и вовлечение [29]. С точки зрения отечественных географов географическое ментальное пространство имеет свой набор географических концептов, которые взаимодействуют между собой, а также с другими территориями. На этой основе можно провести типологию образов регионов и применять полученные результаты для позиционирования и повышения их конкурентоспособности [6; 7].

Отмечается, что ментальное туристско-рекреационное пространство существует параллельно с реальным пространством, однако может не совпадать с ним по свойствам и характеристикам [2; 28]. В целом ментальное туристско-рекреационное пространство можно представить как результат взаимодействия объективных свойств компонентов реального туристско-рекреационного пространства с субъективным опытом человека, и существующего в виде совокупности впечатлений и цифровых следов. Изучение ментального туристско-рекреационного пространства становится актуальным направлением в эпоху общества впечатлений. Впечатления становятся важнейшим критерием оценки качества отдыха, являются результатом реакции туриста на взаимодействие с отдельными компонентами туристской сферы. Они отражают восприятие туристско-рекреационного пространства туристом или группой туристов [27]. Нередко впечатления остаются зафиксированными в едином информационном поле в виде цифровых следов, представляющих собой огромный массив неструктурированных данных. Поэтому в полной мере изучение ментального туристско-рекреационного пространства стало возможным благодаря развитию цифровых технологий и методов текстового анализа больших данных.

**Заключение.** Таким образом, структуризацию необходимо рассматривать в контексте изучения устойчивых совокупностей объектов, которые обеспечивают целостность системы, выделения их связей и отношений. Понимание структуры туристско-рекреационного пространства является важной методологической задачей, решение которой позволит обогатить теорию рекреационной географии. В статье предлагается авторский подход к выделению структур туристско-рекреационного пространства как части общественно-географического. Учитывая сложность и многослойность туристско-рекреационного пространства наиболее значимым является выделение функционального, территориального, процессуального и ментального уровней.

#### Список источников:

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь / Э.Б. Алаев. — М.: Мысль, 1983.
2. Александрова А.Ю. Изменение туристского геопространства в эпоху всеобщей мобильности / А.Ю. Александрова // Вестник Московского университета. Серия 5: География. — 2020. — № 2. — С. 3-12.
3. Анимица Е.Г. Пространственная организация общества: постановка проблемы и концептуальные установки // Известия УрГЭУ. — 2007. — № 2(19).
4. Гладкий А.В. Информационно-производственные циклы как новый механизм функционирования постиндустриальных территориально-производственных систем / А.В. Гладкий // Псковский регионологический журнал. — 2016. — № 2(26). — С. 3-8.

5. Гладкий Ю.Н. Гуманитарная география: научная экспликация / Ю.Н. Гладкий. — Санкт-Петербург : Филологический факультет Санкт-Петербургского государственного университета, 2010. — 663 с.
6. Замятин Д.Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов / Д.Н. Замятин. — Москва: Фирма Знак, 2006. — 486 с.
7. Замятина Н.Ю. Смысл положения: место в ментально-географических пространствах / Н.Ю. Замятина // Международный журнал исследований культуры. — 2011. — № 4(5). — С. 60-68.).
8. Зырянов А.И. Теоретические аспекты географии туризма / А.И. Зырянов / Пермь: Перм.гос.нац.иссл.ун-т. — 2013. — 158 с.
9. Зяблова О.В. Ресурсные энерго-вещественные циклы как инструмент регионального анализа / О.В. Зяблова // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 2. — С. 418.
10. Исаченко Т.Е. Подходы к оценке пространственной организации рекреации и туризма на различных территориальных уровнях / Т.Е. Исаченко // Известия Русского географического общества. — 2022. — Т. 154, № 3. — С. 47-65. DOI: 10.31857/S086960712203003X.
11. Ишмуратов Б.М. Территориализация общества и геокультура / Б.М. Ишмуратов // География и природные ресурсы. — 2009. — № 2. — С. 101-109.
12. Кружалин В.И. Принципы структуризации туристско-рекреационного пространства / В.И. Кружалин, К.В. Кружалин // Географические основы рекреации и туризма: теория, образование, практика. Тверь: Тверская усадьба. — 2008. — С. 3–14.
13. Мажар Л.Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2014. — № 1. — С. 16-23.
14. Максимов Д.В. Туристско-рекреационный производственный цикл / Д.В. Максимов // Географический вестник. — 2018. — № 4(47). — С. 123-132. DOI: 10.17072/2079-7877-2018-4-123-132.
15. Окунев И.Ю. Основы пространственного анализа / И.Ю. Окунев. — 2-е издание, переработанное и дополненное. — Москва: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «Аспект Пресс», 2023. — 255 с.
16. Смирнягин Л.В. Судьба географического пространства в социальных науках / Л.В. Смирнягин // Известия Российской академии наук. Серия географическая. — 2016. — № 4. — С. 7-19. DOI: 10.15356/0373-2444-2016-4-7-19.
17. Соколов, С. Н. Теоретико-методологические основы территориальной организации общества / С. Н. Соколов // Вестник Нижневартского государственного университета. — 2013. — № 3. — С. 32-42.
18. Сухоруков В.Д. К вопросу о научной экспликации географического пространства / В.Д. Сухоруков, Ю.Н. Гладкий // Региональные геосистемы. — 2021. — Т. 45, № 2. — С. 133-143. DOI: 10.52575/2712-7443-2021-45-2-133-143.
19. Сухоруков В.Д. Теория геопропространственных систем / В.Д. Сухоруков. — Смоленск : Ойкумена, 2000. — 191 с.
20. Трофимов А.М., Чистобаев А.И., Шарыгин М.Д. Общегеографические категории. I. Территориальность // Известия Русского географического общества. — 1995. — Т. 127. — № 6. — С. 1.
21. Чистобаев А.И., Шарыгин М.Д. Объектно-предметная и функциональная сущность общественной географии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 7. Геология. География. — 2007. — № 1. — С. 88-92.
22. Шарыгин М.Д. Общественная география в системе научного знания: проблема географизации // В сборнике: Социально-экономическая география: история, теория, методы, практика сборник научных статей. — 2016. — С. 45-52.
23. Шарыгин М.Д. Региональная организация общества (теоретико-методологические проблемы совершенствования). — Пермь: Изд-во Перм. ун-та. — 1992. — 204 с.
24. Шарыгин М.Д. Туристско-рекреационное пространство: географические особенности формирования, территориализации и функционирования / М.Д. Шарыгин, Е.В. Коньшев // Пространственная организация общества: теория, методология, практика : Сборник материалов

- Международной научно-практической конференции, Пермь, 07–11 ноября 2018 года / Под редакцией Т.В. Субботиной, Л.Б. Чупиной. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2018. — С. 115-119.
25. Шупер В.А. Исследование метрики социально-географического пространства: на примере Центра Европейской части РСФСР: дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.02. М., 1980. —128 с.
26. Шупер В.А. Характерное пространство в теоретической географии / В.А. Шупер // Известия Российской академии наук. Серия географическая. — 2014. — № 4. — С. 5-15.
27. Kowalczyk A. The phenomenology of tourism space // Tourism. — 2014. — Vol. 24(1). —Pp. 9–15.
28. Liszewski S. Przestrzenie turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie / S. Liszewski // Turyzm (Łódź). — 2006. — Vol.16(2). — Pp. 7 – 19.
29. Fu T.Y. Languages and the making of place: a narrative-descriptive approach / Y.T. Fu // Annals, Association of American Geographers. — 1991. — Vol. 81.

## КОНСТРУИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА РЕГИОНА МЕТОДАМИ ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ НАУКИ

**Мечковская О.А.**, заведующий кафедрой социально-культурной деятельности и туризма, Гжельский государственный университет, канд. геогр. наук, доцент, [oltech@mail.ru](mailto:oltech@mail.ru)

***Аннотация.** В статье рассмотрены возможности использования широкого спектра теорий и методов анализа туристского пространства для формирования туристского образа региона. Представленная методика комплексного экономико-географического анализа туризма на различных уровнях территориальной иерархии позволяет решить важнейшую образовательную задачу подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства, которая заключается в формировании умения мыслить пространством, выявлять современные особенности территориальной структуры туризма и способности разрабатывать стратегические планы развития туризма в регионе.*

***Ключевые слова:** туристский регион, туристское пространство, территориальная организация туризма, территориальная рекреационная система.*

## CONSTRUCTING THE TOURIST IMAGE OF THE REGION BY METHODS OF GEOGRAPHICAL SCIENCE

**Mechkovskaya O.A.**, Head of the Department of Socio-Cultural Activities and Tourism, Gzhel State University, Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor

***Annotation.** The article considers the possibilities of using a wide range of theories and methods of analyzing the tourist space to form the tourist image of the region. The presented methodology of comprehensive economic and geographical analysis of tourism at various levels of the territorial hierarchy allows us to solve the most important educational task of training personnel for the field of tourism and hospitality, which consists in developing the ability to think in space, identify modern features of the territorial structure of tourism and the ability to develop strategic plans for the development of tourism in the region.*

***Keywords:** tourist region, tourist space, territorial organization of tourism, territorial recreational system.*

Формирование умения познать регион – задача, которую решают кафедры, подготавливающие специалистов в области туризма. Наиболее востребованы в туристской сфере специалисты, которые способны не только выявить специфику региона, но и разработать научно обоснованные перспективные планы развития туризма на территории, а также сформировать привлекательный туристский образ региона и донести его до сознания потребителей туристских услуг. В основу туристско-рекреационного проектирования положены теории и методы географической науки в целом, так и географии туризма и рекреационной географии, использование которых позволяет решить важнейшую образовательную задачу географии – сформировать умение мыслить пространством. Причем, конструирование образа региона с выявлением особенностей территориальной структуры туризма, позволяющей раскрыть современные тенденции его развития, возможно только на основе комплексного географического анализа, основой которого являются теории рекреационной географии и географии туризма с применением широкого спектра методов страноведческого (типология, классификация) и пространственно-функционального анализа, экономико-математических (корреляционный анализ, таксономический метод, анализ влияния туристских поступлений на платежный баланс) и картографических методов исследования (табл.).



Значительную роль играют и концепции бихевиоризма, разработанные за рубежом в 1980-е гг., но не получившие широкого применения в географии туризма в эпоху технократической парадигмы, когда все исследования опирались на научно-технические достижения. В это время туристский регион представлялся как производственный комплекс, который формировался и оценивался в основном с позиции организаторов отдыха, определяющих объем и структуру туристского предложения. В период гуманистической парадигмы системный подход к изучению территориальной структуры туристского пространства строится на новом качественном уровне с учетом потребностей потребителя [1].

Таблица 1. Научно-исследовательские концепции и географические методы конструирования туристского образа региона

| <i>Теории</i>                                | <i>Теоретическое обоснование</i>                                                                                                                                                                                                            | <i>Авторы</i>                                                                  | <i>Практическое применение в проектной деятельности по формированию туристского образа региона</i>                                                                                                                                                                                           | <i>Методы исследования</i>                 |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Теория туристского развития                  | Туризм используется развитыми странами как средство усиления экономического и политического влияния на развивающиеся страны. Туризм как средство углубления различий в уровнях экономического развития.                                     | В. Ростова, М. Опперманн, 1993                                                 | Изучение влияния туризма на территориальную и отраслевую структуру хозяйства региона.<br>Анализ динамики социально-экономического развития и тенденций формирования туристского спроса в регионе.<br>Типология регионов (районов) по уровню социально-экономического и туристского развития. | сравнительно-географический статистические |
| Концепция туризма как взаимодействия культур | Туризм - результат взаимодействия различных культур. Туризм - важный носитель инноваций, благодаря чему на принимающих и отдающих территориях происходят различные (позитивные и негативные изменения) изменения в общественных отношениях. | К. Пшецславски, 1979<br>Г. Шаво и А. Уильямс, 1996<br>А. Грэйв и Д. Бэск, 1987 | Факторы развития туризма в регионе.<br>Основные направления повышения эффективности функционирования туристского сектора в регионе.                                                                                                                                                          | SWOT анализ<br>страноведческий анализ      |
| Теория периферии                             | Основные места посещения туристов – периферии с благоприятными природными ресурсами.                                                                                                                                                        | В. Кристаллер, 1955, 1964<br>Э. Гормсен, 1997                                  | Особенности географической структуры туризма в регионе и характер освоения туристского пространства                                                                                                                                                                                          | сравнительно-географический статистические |

| <i>Теории</i>                                                            | <i>Теоретическое обоснование</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <i>Авторы</i>                                                                 | <i>Практическое применение в проектной деятельности по формированию туристского образа региона</i>                                                                                                                                                                                                                                                                   | <i>Методы исследования</i>                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Теория цикла эволюции туристского региона                                | В основе лежит концепция диффузии инноваций, где инновацией является возникновение на данной территории туризма.<br><br>Туризм может развиваться как эволюционным путем, так и путем трансформации под влиянием ряда локальных факторов.                                                                                                                                  | Р. Бутлер, 1980<br><br>Г.Ховинен, 1981<br>К. Бенедетто и Д. Боянин, 1993      | Социально-экономические факторы развития туризма в регионе.<br>Основные пути повышения эффективности использования рекреационного потенциала в регионе.<br>Влияние туризма на отраслевую и территориальную структуру хозяйства региона.<br>Анализ эндогенных и экзогенных факторов развития туризма в регионе.                                                       | статистические SWOT анализ<br>экспертная оценка<br>страноведческий анализ<br>факторный анализ                                                                 |
| Теория восприятия и освоения туристского пространства                    | Туристско-рекреационное поведение является отражением ранее полученных пространственных представлений. Туристское движение генерируется городом, поэтому основные рекреационные зоны расположены вокруг центра. Кроме пригородных территорий, похожим эволюционным изменениям подвержены приморские и предгорные территории, где появляются крупные квазигородские центры | Ж.-М. Миоссек, 1977<br><br>В.С. Преображенский 1986<br><br>С. Лишевский, 1995 | Территориальная структура и стадии освоения туристского пространства<br>Проблемы территориальной организации устойчивого туризма и основные пути повышения эффективности использования рекреационного потенциала региона<br>Экономические функции туризма в хозяйственном комплексе региона.<br>Территориальная структура и стадии освоения туристского пространства | сравнительно-географический картографический SWOT анализ<br>экспертная оценка пространственно-функциональный анализ<br>статистические страноведческий анализ. |
| Теория территориального разделения труда (ТРТ) в рекреационном хозяйстве | На туристских территориях формируются рекреационные комбинаты, отличающиеся особенностями                                                                                                                                                                                                                                                                                 | И.Зорин, 1974<br>Н. Мироненко и И. Твердохлебов, 1981                         | Социально-экономические факторы развития туризма.<br>Экономическое влияние туризма на отраслевую и территориальную структуру хозяйства.                                                                                                                                                                                                                              | сравнительно-географический статистические факторный анализ<br>страноведческий анализ.                                                                        |

| Теории                                                | Теоретическое обоснование                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Авторы                                 | Практическое применение в проектной деятельности по формированию туристского образа региона                                                                                                | Методы исследования                                                                                       |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                       | ТРТ, характером пространственной концентрации и специализацией рекреационных функций.                                                                                                                                                                                                                                      | И. Пирожник, 1985                      |                                                                                                                                                                                            |                                                                                                           |
| Концепция туристской урбанизации                      | Туристские города – новая особая форма урбанизации, поскольку причиной их образования является развитие функций потребления. Сущность туристской урбанизации заключается в функциональных изменениях сельских территорий в экономическом, пространственно-образном, производственно-демографическом и культурном аспектах. | П. Мюллинс, 1991<br><br>Э.Дзегец, 1995 | Рекреационный потенциал как фактор интенсификации туристского сектора.<br>Экономическое влияние туризма на отраслевую и территориальную структуру хозяйства.                               | сравнительно-географический<br>картографический<br>экспертная оценка<br>SWOT анализ                       |
| Концепция территориальной рекреационной системы (ТРС) | ТРС как сложная управляемая и, частично, самоуправляемая социальная географическая система.                                                                                                                                                                                                                                | В. С. Преображенский и др., 1975       | Территориально-рекреационная система как объект исследования, подсистемы которой раскрывают особенности территориальной организации туризма на различных уровнях территориальной иерархии. | сравнительно-географический<br>статистический<br>картографический<br>экспертная оценка<br>таксономический |

Источник: составлена автором по [1]

Изучение методологических основ развития туризма и мирового хозяйства в целом позволяет сформировать научно-теоретический аппарат формирования образа туристского региона на основе комплексного экономико-географического анализа, который заключается в поэтапном выявлении особенностей его пространственной структуры.

Конструирование туристского образа региона решает две основные задачи:

1. Позволяет визуализировать туристский продукт региона, сформировать его привлекательный для потребителя образ, побуждающий туриста посетить этот регион. Таким образом, эту задачу можно рассматривать как этап разработки бренда туристской дестинации.

2. Позволяет разработать стратегические программы, обозначить перспективные научно обоснованные направления развития туризма с учетом выявленных пространственных

особенностей и тенденций, использовать полученные данные в практике территориального планирования на муниципальном и региональном уровнях управления.

Для решения *первой задачи*, по нашему мнению, целесообразно использовать концепцию территориальной рекреационной системы (ТРС), которая предполагает системный подход к анализу пространственных особенностей туристского рынка производителей, формирующих предложение (подсистемы «рекреационные ресурсы», «туристская инфраструктура», «орган управления» и «обслуживающий персонал») и рынка потребителей, генерирующих туристский спрос и формирующих основные туристские потоки на данную территорию на основе маркетингового анализа (подсистема «посетители») (см. табл.). Характеристика и оценка эффективности функционирования каждой подсистемы позволяют выявить особенности территориальной организации туризма региона.

Причем, по нашему мнению, формировать туристский образ необходимо с оценки позиционных ресурсов территории, определив ее близость к основным рынкам генерирования туристского спроса (странам и регионам - поставщикам туристов). Дается оценка транспортно-географического положения: определяется транспортная доступность, важнейшие транспортные магистрали и центры (международные аэропорты, железнодорожные пункты, морские порты). Рассматриваются также способы доставки туристов различными средствами транспорта (авиарейсы: регулярные, чартерные, низкобюджетные, железнодорожные, автобусные и автомобильные перевозки) из нескольких пунктов отправления. Характеризуется географическое положение региона: форма и размеры территории, протяженность с запада на восток и с севера на юг, географические широты (координаты), часовой пояс, выходы к морю, границы по суше (соседи), численность населения, этнорелигиозный состав. Кратко дается анализ политической и экономической ситуации (стабильность, безопасность, уровень террористических угроз, уровень жизни, курс национальной валюты и цены в регионе на основные товары и услуги для туристов: проживание, питание, транспортные расходы, развлечения). Интересны геральдические символы региона или страны, поскольку цвета флага или герба раскрывают особенности позиционирования региона, государства на мировой геополитической арене: психологию, обычаи, политическое самосознание, культуру и идеологию народа.

Выявление территориальных особенностей развития туристского пространства опирается на разнообразный спектр теорий и географических методов (см. табл.). Так, например, для оценки рекреационных ресурсов используются классические методы (медико-биологическая, технологическая, психолого-эстетическая), а также пространственно-функциональный анализ. Выбор метода оценки зависит от вида использования рекреационных ресурсов в туризме (ресурсы лечебные, оздоровительные, ресурсы спортивного туризма, экскурсионные). На основе оценки природно-рекреационных ресурсов выделяются регионы (районы) страны с различной степенью природной аттрактивности и с различными туристскими функциями. Проводится оценка курортных местностей, определяются их профиль, целевой сегмент, ассортимент основных и дополнительных услуг. Культурно-исторические ресурсы оцениваются с помощью балльной оценки их познавательной ценности. По результатам оценки проводится их структурирование с выделением объектов международного (в том числе объектов из Списка Всемирного наследия ЮНЕСКО), национального, регионального и местного значения. Отдельно выделяются полифункциональные центры как основные в структуре туристского предложения, сочетающие различные элементы туристской аттрактивности и ориентированные на удовлетворение различных сегментов потребителей туристских услуг (молодежь, семейные туристы, пожилые люди, туристы-одиночки и др.). Результатом оценки рекреационных ресурсов является выделение сегментов рынка страны по структуре туристского предложения, различающихся особенностями туристской специализации.

Таким образом, туристский образ региона (страны) формируется на научно-методологической основе с использованием концепции территориальной рекреационной системы, предполагающей системный подход к выявлению пространственно-функциональных особенностей развития туризма. Кроме того, модификация классической модели ТРС позволила внедрить элементы маркетингового анализа потребительского спроса, тем самым, адаптировав ее к современным тенденциям развития мирового туристского рынка.

Решение *второй задачи* предусматривает поэтапный анализ пространственных особенностей развития туризма в регионе и нацелен на выявление современных тенденций его развития.

1. На первом этапе анализируется динамика пространственной структуры туристского региона. В зависимости от размеров региона (макрорегион, мезорегион, страна, район, туристский центр и др.) могут анализироваться изменения пространственной структуры на различных иерархических уровнях. Особенности динамики туризма изучаются в контексте «центр-периферия» с использованием теории пространственной поляризации туристского рынка (см. табл.). Здесь также целесообразно изучение географической и структуры туристских потоков для определения регионов генерирования туристского спроса.

2. На втором этапе выявляются внутренние и внешние факторы развития туризма в регионе. На основе обобщения и анализа статистического и фактического материала изучаются особенности влияния различных групп факторов на развитие туризма в регионе. Затем группируют факторы по степени их позитивного и негативного воздействия на отраслевую и территориальную структуру туризма. Кроме того, на этом этапе возможно проведение SWOT-анализа с целью выявления специфических факторов локального характера и оценки возможностей и перспектив развития туризма в данном регионе.

Прежде всего, изучаются социально-экономические факторы развития туризма, связанные с уровнем социально-экономического развития, особенностями инвестиционной политики, внедрением инноваций, развитием интеграционных процессов и созданием благоприятной социокультурной среды. Наиболее часто для оценки уровня социально-экономического развития страны выбирается интегральный показатель – индекс развития человеческого потенциала, который широко используется Программой развития ООН в межстрановых сопоставлениях. Поскольку между уровнем социально-экономического и туристского развития региона существует тесная зависимость, то для выявления наиболее сильно воздействующих факторов целесообразно применение корреляционного анализа, который позволит измерить степень тесноты существующих связей.

В группе эндогенных факторов основным выступает проводимая туристская политика, целью которой является стабилизация факторов спроса и предложения в туризме и достижение его сбалансированного развития. Возможности широкого выхода региона на туристский рынок связаны с усилением роли туризма в национальной (региональной) экономике. Поэтому здесь необходимо изучение динамики доли туристских поступлений в структуре макроэкономических показателей, показывающей изменение ранга функций туризма в хозяйственном комплексе (от зарождающейся, сопутствующей к дополняющей, ведущей либо угасающей). Кроме того, студенты оценивают влияние туризма на экономику региона по взаимосвязям сальдо туристского обмена и общего платежного баланса.

На основании изучения факторов развития туризма и оценки рекреационных ресурсов выделяются основные перспективные направления развития туризма в регионе.

3. На третьем этапе определяется эффективность функционирования туристского сектора региона на основе показателей интенсивности туризма и территориальной концентрации туристских функций. В качестве критериев оценки интенсивности туризма берутся: поступления от туризма, расходы на туризм, доля региональных туристских доходов в ВВП страны, доля туристских поступлений в объеме экспорта. Основными критериями оценки территориальной концентрации туристских функций являются: прибытия туристов на тысячу местного населения, прибытия туристов на единицу площади региона, концентрация туристских центров на 1000 км<sup>2</sup>, аттрактивность природной среды для туризма (число природно-территориальных комплексов отдыха и туризма), доля рекреационных территорий в общей площади региона.

На основе изучения критериев эффективности функционирования туристского сектора определяется уровень развития туризма на данной территории с возможностью группировки районов.

На *четвертом этапе* выявляются особенности и современные тенденции развития территориальной структуры туризма в регионе. Это становится возможным благодаря тому, что на предыдущих этапах изучили уровень и интенсивность развития туристской функции,



географическую и функциональную структуру туристских потоков, степень развития материальной базы туризма, то есть наиболее динамичные элементы территориальной организации туристского обслуживания [3]. Особенности территориальной структуры туризма раскрывают стадии развития туристской функции на данной территории и характер освоения туристского пространства (см. табл.). Стадийность развития туристского пространства происходит под влиянием широкого круга факторов, также изученных ранее. Это позволяет определить тип территориальной структуры (точечная, очаговая, линейно-узловая, ареально-сетевая, зонально-иерархическая), ранг функции туризма на данной территории, сегмент потребителей туристского рынка (первопроходцы, новаторы, быстро либо медленно признающие большинство, консерваторы), а также характер туристского предложения (от единичного к полифункциональному, селективному). Взаимосвязи между этими свойствами туристского пространства на разных стадиях его формирования позволяют определить тип рекреационно-географического пространства (зарождение, проникновение, ассимиляция, колонизация, урбанизация) [2].

Таким образом, сочетание различных концепций и методов исследования туристского пространства, основанных на комплексном экономико-географическом анализе позволяет сформировать туристский образ региона, раскрывающий современные тенденции формирования и развития территориальной организации туристского хозяйства на данной территории. Конструирование туристского образа региона является неотъемлемой частью образовательных программ подготовки специалистов для сферы туризма и гостеприимства.

#### Список источников:

1. Мечковская О.А. География туризма: методы анализа туристского пространства: пособие для студентов геогр. фак. / О.А. Мечковская. — Минск: БГУ, 2008. — 115 с.
2. Мечковская О.А. Методологические основы изучения пространственной структуры туризма (статья) // Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. — К.: Альтерпрес, 2012. — Вип. 22. — С. 14 – 18.
3. Пирожник И.И. Структурно-функциональные особенности рекреационного пространства и формирование туристского продукта Беларуси // Туризм и региональное развитие: Сб. ст. / Смоленск. гуманитар. ун-т; Отв. Ред. Л.Ю. Мажар. — Смоленск: Универсум, 2008. — С. 124-136.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ДОНСКОМ БЕЛОГОРЬЕ**

**Назаров И.С.**, старший научный сотрудник отдела охраны культурных ценностей ГБУК «Музей-заповедник «Дивногорье», [ig.nazarov2012@yandex.ru](mailto:ig.nazarov2012@yandex.ru)  
**Подобед Е.А.**, старший преподаватель кафедры рекреационной географии страноведения и туризма факультета географии, геоэкологии и туризма, Воронежский государственный университет, канд. геогр. наук, [podobed.vsu@yandex.ru](mailto:podobed.vsu@yandex.ru)

**Аннотация.** С началом пандемии COVID-19 и обострением внешнеполитической обстановки произошло перераспределение мировых туристических потоков. В России, как и во всем мире, туристы стали обращать больше внимания на внутренние объекты рекреации. Это связано как с трудностями выезда за границу, так и с новыми предложениями туристических фирм и других поставщиков туристических услуг развивающими объекты местного туризма. Помимо этого, ограничения, введенные на период пандемии, отразились и на финансовом благополучии населения. Многие стали рассматривать туристические объекты собственного региона как дешевую альтернативу дорогостоящим дальним поездкам.

**Ключевые слова:** экологический туризм, рекреационные ресурсы, Донское Белогорье, объекты туризма.

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE DON BELOGORIE REGION**

**Nazarov I.S.**, Senior Researcher, Department of Cultural Property Protection, Divnogorye Museum-Reserve

**Podobed E.A.**, Senior Lecturer, Department of Recreational Geography Regional Studies and Tourism, Faculty of Geography, Geoecology and Tourism, Voronezh State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** With the outbreak of COVID-19 pandemic and the aggravation of foreign policy situation, there has been a redistribution of global tourist flows. In Russia, as in the rest of the world, tourists have begun to pay more attention to indoor recreational facilities. This is due both to the difficulties of traveling abroad, and to new offers from travel companies and other travel service providers developing local tourism facilities. In addition, the restrictions imposed during the pandemic affected the financial well-being of the population. Many began to consider the tourist sites of their own region as a cheap alternative to expensive long-distance trips.

**Keywords:** ecological tourism, recreational resources, Don Belogorie region, tourism facilities.

Донское Белогорье, являясь визитной карточкой юга Центрального Черноземья, обладает огромным туристско-рекреационным потенциалом для развития экологического туризма и представляет собой уникальную по красоте природных ландшафтов территорию, расположенную на юго-востоке Среднерусской возвышенности. Оно расположено на границе лесостепной и степной природных зон и занимает правобережье Дона от р. Девицы на севере до границы Воронежской и Ростовской областей на юге. Естественной границей на востоке служит р. Дон, на западе – верховья крупных балок-суходолов и малых рек, открывающихся в пойму Дона (рис.1). Свое название Донское Белогорье получило за высокие расчлененные правобережья рек, сложенных мело-мергельными породами верхнемелового возраста с частыми обнажениями белого писчего мела [1].



Рис.1. Схема границ Донского Белогорья

Благодаря своему физико-географическому положению данная территория характеризуется благоприятными природными условиями (геолого-геоморфологическими, гидроклиматическими, биотическими) для использования ее в туристско-рекреационных целях. В сочетании с выгодным транспортно-экономическим положением и наличием здесь уникальных меловых ландшафтов она располагает широкими возможностями для развития здесь экологического туризма.

Отношение человека к объектам туризма, отдыха и к природе Донского Белогорья менялось на протяжении столетий. Люди начали использовать ресурсы этой территории начиная с палеолита (50 000 лет назад). В XIX в. антропогенное влияние усилилось – были распаханы степные участки и, тем самым, уничтожены местообитания многих животных и растений.

Вплоть до последнего десятилетия XX в. происходила интенсификация антропогенного влияния на ландшафты Донского Белогорья. Осушались и распахивались поймы рек. Их русла на некоторых участках спрямлялись, старые русла заболачивались, а потом высыхали. Шла разработка полезных ископаемых открытым методом. Разрастались города и села. Вместе с этим строились и объекты инфраструктуры, которые могут быть использованы туристами и посетителями этого района – прокладывались асфальтовые дороги, линии электропередач, строились гостиницы, дома отдыха, кафе и столовые. Все это позволило стать достопримечательным объектам Донского Белогорья ближе к тем, кто ими заинтересован [3].

С 1990-х годов, после реформ, произошедших в стране, часть земель (как сельскохозяйственного, так и промышленного) назначения была заброшена. На бывших полях появились залежи, промышленные площадки стали зарастать кустарником и деревьями. Часть рекреационных ландшафтов (парки, скверы) была заброшена. Однако вместе с тем началось активное развитие музеев-заповедников, продолжилось образование новых памятников природы и заказников и других ООПТ.

В последнее время (с 2020 года), началось активное развитие внутреннего туризма. Изначально это было связано с санитарно-эпидемиологическими ограничениями, а затем и с ограничениями на въезд налагаемыми рядом стран на граждан РФ. Все это, а также государственная поддержка внутреннего туризма способствовало росту туристических потоков внутри Донского Белогорья. Проследить за ростом туристов можно на примере данных музея-заповедника «Дивногорье», согласно которым в 2019 г. заповедник посетили 91,2 тыс. человек, в июле-декабре 2020-го – 61,3 тыс. человек, в 2021 г. - 108,3 тыс. человек, в 2022 году – 117 тыс. человек. Вместе с этим, туристами начинают активно осваиваться «новые территории», в которых раньше отдыхали только единицы, либо местные жители. К таким развивающимся зонам нового туризма на

территории Донского Белогорья могут быть отнесены меловые склоны около с. Коротояк, с. Селявное – 1 и другие.

В настоящее время в пределах Донского Белогорья получил широкое распространение как внутрирегиональный, так и внутренний туризм. Руководствуясь анализом посещаемости крупных туристских объектов на изучаемой территории (например, музея-заповедника «Дивногорье») можно сделать вывод, что основными путешественниками здесь являются жители Воронежской и Белгородской областей, на территории которых и расположено Донское Белогорье. Также довольно много гостей приезжает из других областей Центрального Черноземья (около 54 %). Что касается туристов из более отдаленных регионов страны (Москвы, Санкт-Петербурга, Московской и Ленинградской областей и др.), то они попадают сюда, как правило, транзитом (по трассе М4 на юг или с юга) [2]. Удобное географическое положение (поблизости от трассы М4 «Дон» и трассы Р194 «Воронеж – Луганск») с асфальтовыми съездами в населенные пункты, и развитая инфраструктура (относительно менее известных природных достопримечательностей Донского Белогорья), делают легко доступным посещение уникальных природных объектов на данной территории. К части из них можно попасть автобусными турами, к другим, не столь широко популярным, можно добраться самостоятельно – общественным транспортом.

Большинство уникальных природных достопримечательностей Донского Белогорья расположено на крутом правом берегу реки Дон, или в непосредственной близости от него в сельской местности или на территориях, удаленных от населенных пунктов. Это в первую очередь связано с близким залеганием мело-мергельных пород, выходящих на поверхность в районе реки и с сопутствующими им формами рельефа, в целом нехарактерными для большей части Русской равнины. К таким формам рельефа можно отнести меловые останцы – дивы, корвежки, каньонообразные овраги, «стенки» (отвесные меловые склоны речных долин и оврагов), шатрищеподобные останцы (рис. 2). Многим из них присвоен статус ООПТ. Всего на территории Донского Белогорья насчитывается свыше 150 ООПТ разных категорий (памятники природы, заказники и др.).



Рис. 2. Меловой останец - дива

Дивы, представляющие собой меловые выступы, как правило, расположены на крутых остепненных долинных склонах. Происхождению див посвящена обширная литература (начиная с первых попыток объяснить их генезис С.Г. Гмелиным в 1769 г.), однако до сих пор отсутствует единая и общепринятая точка зрения на их происхождение [3].



На территории Донского Белогорья дивы встречаются не только в Дивногорье (где есть урочища Большие Дивы, Малые Дивы и безымянная Дива в Голой балке). Сохранившиеся останцы этого типа можно увидеть напротив с. Коротояк, возле остановочной платформы 154 км ветки Валуйки — Балашов, с. Костомарово, Белогорского мужского монастыря, с. Костенки. Самый высокий из столбов расположен в урочище «Большие Дивы» и имеет высоту 11,2 м. Останцы-дивы являются, пожалуй, первыми объектами, которые привлекли к себе внимание на территории Донского Белогорья. Первое письменное упоминание о них встречается у путешественника Игнатия Смолянина, описавшего их в 1389 г. [3].

Корвежки, представляющие собой «меловые полуостанцы речных и балочных склонов, характерный тип лесостепных и степных урочищ на юге Среднерусской возвышенности» [1], менее известны как достопримечательность у туристов и туроператоров, однако также привлекают к себе внимание тех, кто проживает поблизости от них или чей маршрут похода расположен рядом с ними.

Не менее характерным урочищем Донского Белогорья, привлекающим к себе внимание отдыхающих, являются стенки – крутые (свыше 45°) долинные склоны. Они, обычно, пользуются популярностью у любителей активных видов отдыха, а также тех, кому интересен панорамный вид.

Вдоль крутого правобережья реки Дон, в пределах Донского Белогорья хорошо выделены на местности шатрища - «высокие меловые холмы шатрообразной формы, ... отделенные от водоразделов вершинами балок, часто имеющих характер не резко обособленных останцов» [1]. Наиболее известные, и хорошо освоенные туристами, меловые останцы в виде шатрищ расположены возле о.п. 154 км железнодорожной ветки Валуйки – Балашов и с. Костомарово.

Также близкое залегание мело-мергельных пород способствует сохранению здесь кальцефитной растительности (растительности «сниженных Альп») – свидетеля предыдущих климатических эпох, которая также привлекает к себе внимание посетителей (особенно весной в период массового цветения).

Перепады высот, крутые склоны речных долин особенно привлекают к себе внимание жителей равнинных территорий. Во многих местах здесь организованы стихийные смотровые площадки. К сожалению, пересеченный рельеф привлекает к себе также внимание любителей мотоциклов и квадриков. Катаясь по крутым поверхностям вне специальных мест, они создают колеи, разрушают почвенно-растительный покров на склонах с реликтовой и редкой растительностью, создавая предпосылки к росту и развитию оврагов.

Помимо уникальных литолого-геоморфологических особенностей огромный потенциал для развития экотуризма в Донском Белогорье принадлежит гидрологическим объектам. Река Дон, ее правые притоки (Девица, Потудань, Тихая Сосна, Черная Калитва, Богучарка и др.) и пруды в балках привлекают к себе внимание любителей рыбной ловли, во многих местах расчищены и оборудованы места для купания. К примечательным ландшафтам здесь относятся озера старицы (остатки прежнего русла Дона) и участок реки Потудань от села Солдатского до ее впадения в Дон, объявленный гидрологическим памятником природы, по которому ежегодно проводятся экологические экспедиции и водные туристские походы. На реке Тихая Сосна также ежегодно проводится сплав на байдарках от г. Острогжск до ее устья в районе Дивногорского монастыря.

Немаловажным фактором отдыха на природе для многих людей является возможность их уединения – отдыха от городского шума. Природа Донского Белогорья предоставляет им такую возможность. Такие природные объекты как реки, пруды и леса также посещаются любителями рыбной ловли, сбора грибов и ягод. В целом эти рекреанты не оказывают существенного влияния на ландшафтно-экологическое состояние Донского Белогорья, за исключением рыбаков, разбивающих палаточные лагеря и занимающихся браконьерским ловом рыбы.

В целом путешественников на территории Донского Белогорья можно разделить на две большие группы: организованные и неорганизованные туристы. Практика показывает, что большинство экотуристов это самостоятельные туристы или неорганизованные группы (в том числе собранные «самовольными туроператорами» в лице одного человека). Кроме того, природные достопримечательности часто пользуются спросом у местных жителей как площадки для пикника выходного дня. Помимо тех, кто останавливается «на природе» одним днем, есть группы туристов, устраивающие многодневные туристические лагеря из палаток. Иногда, такие



лагеря действуют более одной недели. Наиболее удобными для разбивки лагерей служат берега рек. Зачастую их организуют в уже оборудованных силами самих туристов местах, где есть ямы под мусор, столики, лавки, огороженные кострища и др. Из наиболее посещаемых группами природных объектов Донского Белогорья можно выделить Сторожевской меловой оползень, реку Тихая Сосна (используемую в нижнем течении для сплава на байдарках). В правобережной пойме реки Дон, а также ее правых притоках в пределах Донского Белогорья оборудовано большое количество мест для купания и отдыха на берегу реки. Их посещают как местные жители, так и те, кто приезжает на день или более продолжительный срок. Эти места объединяют все категории отдыхающих.

Одной из главных проблем для туристов при посещении природных достопримечательностей Донского Белогорья (без элементов культурного ландшафта) является отсутствие развитой инфраструктуры при них. Зачастую, сами достопримечательности находятся в труднодоступных местах с отсутствием подъезда по автодорогам с твердым покрытием. Названные факторы осложняют вовлечение этих объектов в маршруты, предлагаемые крупными официальными туроператорами, которые для перевозки туристов используют автобусный автопарк. В тоже время, пересеченный рельеф и относительно трудные условия по транспортному достижению таких объектов привлекают к себе внимание туристов «экстремалов» - скалолазов, любителей разных видов мотоциклетного спорта, поездок на квадрациклах и др. Учитывая, что такие посетители едут на объекты неорганизованно, зачастую не соблюдая элементарных правил поведения на природе, это, к сожалению, наносит вред уникальным ландшафтам, что в итоге может привести к их полному уничтожению.

Также, в последнее время, широкое распространение начинает получать фототуризм — художественная (как профессиональная, так и любительская) съемка объектов природы, который по сути можно рассматривать как элемент экотуризма. Как правило, это одиночные посетители, либо небольшие группы людей, объединенных целью поиска интересных видов. Эти виды открываются чаще всего не с самих природных достопримечательностей, а с их окрестностей. Если фотосъемка происходит без обустройства лагеря, то, как правило, негативное воздействие на ландшафт минимально. Исключение может составлять рост и развитие автомобильных колеи на грунтовых автодорогах в плохую погоду.

Уникальные природные объекты Донского Белогорья, при грамотной организации доступа к ним и маркетинговых кампаний, могут быть интересны широкой аудитории туристов, проживающих как в близлежащих областях, так и тех, кто посещает этот регион с целью командировки, путешествий или транзитом. Благодаря рекламе туристских достопримечательностей, о них узнают не только жители Донского Белогорья, но и те, кто следует транзитом через его территорию или по маршрутам, проложенным вблизи него. Удобное для ночевки географическое положение (середина пути между Москвой и побережьем Черного и Азовского морей), а также наличие гостиниц позволяет проникать туристам вглубь территории, к объектам, расположенным вдали от основных дорог.

К сожалению, за счет увеличивающегося туристического потока, растет и нагрузка на природные комплексы Донского Белогорья. Увеличивается число троп и грунтовых дорог, растут вытопанные площади. По праздникам (например, на майские выходные), на небольшой ограниченной по площади территории собирается множество отдыхающих, что создает ощущение переполненности территории. Ненормированные рекреационные нагрузки неизбежно приводят к обеднению флористического состава, переуплотнению почв и как следствие к упрощению ландшафтной структуры этих природных достопримечательностей. Для развития экологически устойчивого туризма на данной территории возникает необходимость расчета допустимых рекреационных нагрузок как для отдельных природных объектов, так и для каждого вида отдыха.

Вероятнее всего, в скором времени, в туризм будут включаться новые территории. Большинство жителей региона, которым интересен внутренний туризм, уже посетило практически все объекты, куда можно добраться организованными группами. Это ставит перед туроператорами вызов по разработке новых маршрутов и поиск новых достопримечательностей, разработку новых мероприятий. Также, учитывая рост количества отдыхающих, должна быть кардинально улучшена туристическая инфраструктура Донского Белогорья — построены новые гостиницы и

отремонтированы асфальтовые дороги. Степень реализации этих планов целиком зависит от возможностей финансирования.

**Список источников:**

1. Донское Белогорье / под ред. Ф.Н. Милькова. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1976. – 160 с.
2. Назаров И.С. Анализ и специфические особенности въездного туристического потока музея-заповедника «Дивногорье» / И.С. Назаров, Е.А. Подобед // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. – Воронеж, 2022. – Вып.3. – С. 109 – 115.
3. Назаров И.С. История географического изучения Донского Белогорья. / И.С. Назаров, В.Б. Михно, В.С. Назарова // Региональные ландшафтные исследования: научные записки кафедры физической географии и оптимизации ландшафта Воронежского государственного университета. – Воронеж: ИСТОКИ, 2019. – Вып. 3. – С. 150-154.

## ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПРИРОДНЫЙ БИОСФЕРНЫЙ ЗАПОВЕДНИК ИМЕНИ В.М. ПЕСКОВА КАК ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

**Подобед Е.А.**, старший преподаватель кафедры рекреационной географии, страноведения и туризма факультета географии, геоэкологии и туризма, Воронежский государственный университет, канд. геогр. наук, [podobed.vsu@yandex.ru](mailto:podobed.vsu@yandex.ru)

**Аннотация.** В российской туристской практике наряду с культурно-познавательными турами все большую популярность приобретает туризм в природную среду. Одним из флагманов в данном виде путешествий является Воронежский государственный природный биосферный заповедник им. В.М. Пескова. В статье дается краткая физико-географическая характеристика заповедника, рассматривается его туристско-рекреационный потенциал, история развития и современное состояние экологического туризма на его территории, анализируется туристская инфраструктура и роль заповедника в развитии экологического туризма на территории Воронежской области.

**Ключевые слова:** Воронежский биосферный заповедник, экологический туризм, туристско-экскурсионные объекты, экологические тропы, туристская инфраструктура.

## VORONEZH STATE NATURE BIOSPHERE RESERVE NAMED V. M. PESKOV AS A CENTRAL OBJECT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE VORONEZH REGION

**Podobed E.A.** Senior Lecturer, Department of Recreational Geography, Regional Studies and Tourism, Faculty of Geography, Geoecology and Tourism, Voronezh State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** In Russian tourism practice, along with cultural and educational tours, tourism in the natural environment is becoming increasingly popular. One of the flagships in this type of travel is the Voronezh State Nature Biosphere Reserve named V. M. Peskov. The article provides a brief physical and geographical description of the reserve, examines its tourist and recreational potential, the history of development and the current state of ecological tourism on its territory, analyzes the tourist infrastructure and the role of the reserve in the development of ecological tourism on the territory of the Voronezh region.

**Keywords:** Voronezh Biosphere Reserve, ecological tourism, tourist and excursion sites, ecological trails, tourist infrastructure.

Согласно стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года экологический туризм является одним из приоритетных направлений развития внутреннего и въездного туризма. Особенно велика роль в развитии данного вида туризма особо охраняемых природных территорий, в том числе биосферных заповедников.

Настоящим эталоном экологического туризма не только в Воронежской области, но и во всем Центральном Черноземье является Воронежский государственный природный биосферный заповедник. Он был учрежден в 1923 году как Государственный бобровый заповедник для сохранения популяций бобра и входит в пятерку старейших заповедников России [1]. В 1985 г. территория заповедника включена в список биосферных резерватов ЮНЕСКО. С марта 2009 г. в ведомстве Воронежского заповедника находятся два государственных заказника: «Каменная степь» и «Воронежский». Располагаясь на границе Воронежской (Верхнехавский район) и Липецкой (Усманский район) областей в 50 км от Воронежа в пределах типичной лесостепи, он занимает северную половину островного лесного массива — Усманского бора (рис.1), общей площадью

31053 га, из которых на леса приходится 29132 га, остальная территория (1921 га) – это луга, водоемы, болота, пашни, усадьбы [5].

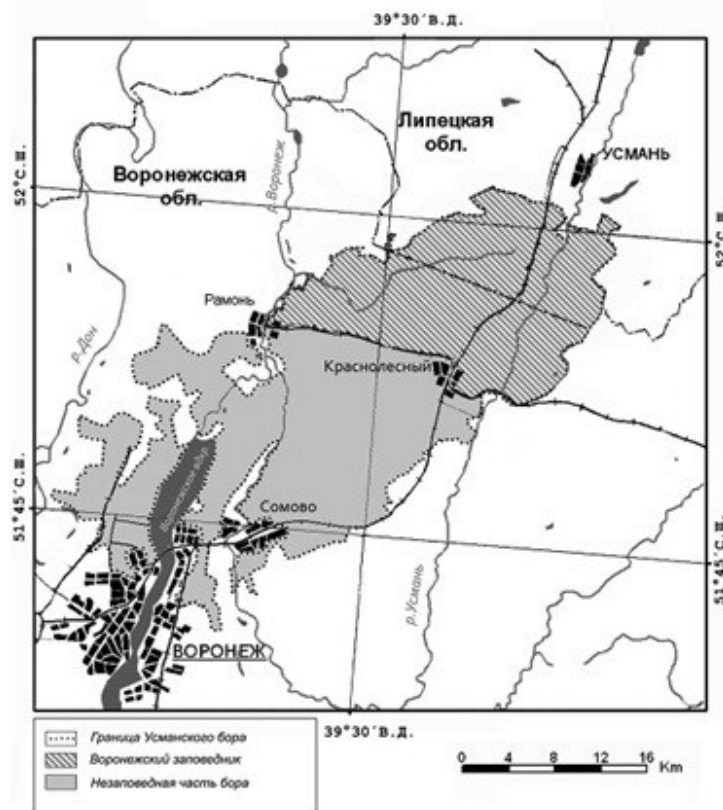


Рис.1. Географическое положение Воронежского государственного природного биосферного заповедника  
Источник: [Сайт]

Среди распаханых степей и населенных пунктов Усманский бор со своими вековыми дубами, стройными соснами с ажурными кронами, светлыми березняками с густым разнотравно-злаковым травяным покровом, сумрачными черноольшаниками с хвощами и осоками, боровыми болотами со сфагновыми мхами и небольшими полянами сухих песчаных степей является одним из самых примечательных лесостепных ландшафтов в регионе. Территориальная близость к городу Воронежу делает его привлекательным не только для путешествий и отдыха горожан, но для гостей из других регионов нашей страны.

Богатая и своеобразная природа заповедника представлена животными и растениями различных ландшафтных зон. В заповеднике обитают 348 видов позвоночных животных, среди которых – 230 видов птиц, 62 вида млекопитающих, 39 видов рыб, 9 видов земноводных, 7 видов пресмыкающихся, 1 вид миног. Самые крупные млекопитающие относятся к отряду парнокопытных – это благородный олень, лось, косуля и кабан. Из хищников самыми крупными являются волки, барсуки и лисы, а из 23 видов грызунов, обитающих в заповеднике, самый крупный – речной бобр [3].

В геоморфологическом отношении территория заповедника представляет собой слабоволнистую равнину, постепенно повышающуюся при движении с запада (от поймы р. Воронеж) на восток (к водоразделу рек Воронеж и Усмань). Западная большая по площади часть заповедника принадлежит долине р. Воронеж, включая участки ее левобережной поймы и надпойменных террас. Для данной территории характерно обилие замкнутых понижений различной формы (глубиной 1,5-3 м, диаметром до 400 м), расположенных между песчаными буграми и грядами. Многие котловины заняты озерами и низинными болотами грунтового питания с зарослями осок, тростника, хвоща, пушицы, сабельника. В целом растительность отличается большой пестротой, что предопределено сложным микрорельефом, разной глубиной залегания грунтовых вод, особенностями литологии, почв. В поймах рек наиболее широко развиты влажные (дубняки ежевиковые) и сырые дубравы (дубняки болотно-травные), крапивные и камышово-



тростниковые черноольшаники. К надпойменным террасам приурочены главным образом сухие лишайниковые, свежие зеленомошные и влажные черничные боры, свежие субори (двухъярусные сосново-дубово-березовые насаждения) [4]. Флора заповедника – это 1039 видов сосудистых растений, в числе которых 5 видов хвощей, 3 вида плаунов, 14 видов папоротникообразных, 10 видов голосеменных, 1007 видов покрытосеменных [3].

Не менее богата и интересна история хозяйственного освоения территории заповедника. Усманский бор с древнейших времен был заселен человеком и уже в VIII-XI вв. здесь существовал целый ряд славянских поселений, занимающихся бортничеством, охотой, гонкой смолы. С начала XVII в. лес давал сырье для производства стругов – плоскодонных судов длиной 30-35 м и шириной 5-6 м, на которых перевозился хлеб и другие полезные грузы. В конце XVII в., когда Петр I готовился к Азовским походам, Усманский бор был изъят из общего пользования и превращен в корабельный лес. В XVIII-XIX вв. данная территория принадлежала отдельным землевладельцам (графу И.М. Толстому – министру почт при императоре Александре II, принцессе Евгении Ольденбургской, Толшевскому Спасо-Преображенскому мужскому монастырю и др.), которые торговали лесом внутри государства и вывозили его за границу. За множество веков лес неоднократно подвергался опустошительным рубкам. При этом хищнически истреблялись многие ценные животные: бобр, олени, кабаны, медведи. К началу XX столетия сохранилось всего несколько семей бобров [5].

В настоящее время Воронежский государственный заповедник играет значительную роль не только в сохранении природного разнообразия и поддержании устойчивого развития ландшафтов, но и в экопросветительской деятельности, являясь главным объектом экологического туризма в регионе. Заповедник всегда (практически с момента своего основания) был излюбленным местом советских граждан - студентов, школьников, любителей дикой природы. Первые маршруты были достаточно давно и детально описаны в ряде печатных изданий (Воронежский государственный заповедник и его природа, 1947; По реке Воронеж и Воронежскому заповеднику, 1957 и др.) [4]. Что касается современного этапа развития туризма в заповеднике, то он начинается в 2011 году, с реализацией пилотного проекта по организации экологического туризма. Активное же развитие экологического туризма в заповеднике начинается с 2013 года, когда ему было присвоено имя выдающегося натуралиста и писателя Василия Михайловича Пескова и Знак экологической ответственности GREEN TOURISM за активное развитие и продвижение нового направления экологического туризма. В это же время в заповеднике открывается веревочный парк «Ежкины дорожки». За достаточно непродолжительный период (с 2013 по 2025 гг.) была произведена колоссальная работа по его обустройству, обновлению и созданию новых экскурсионных объектов, маршрутов, программ.

С 2014 года начат ремонт всех залов Музея природы, реставрируются, расширяются и обновляются экспозиции. Продолжаются работы по строительству и реконструкции объектов на территории «Бобрового городка». Разработан фирменный стиль, обновлена эмблема заповедника. 2015 год ознаменован активным преобразованием заповедника и появлением новой туристской инфраструктуры. В это время для посетителей открывается один из главных на сегодняшний день туристских объектов – двухуровневый аквариум – бобронариум, а также интерактивный музей «Дом бобра» в «Бобровом городке». Создан детский игровой городок. Запущена экологическая тропа «Малая Черепяхинская». На территории Центральной усадьбы заповедника оборудована комфортабельная гостиница на 45 человек, уютное кафе. Обновлена инфраструктура Центральной усадьбы заповедника, уложено новое асфальтовое покрытие, появились новые зоны отдыха и стильная навигация в фирменных цветах. Ведется прямая интернет-трансляция из бобровой хатки аквариума на сайте Воронежского заповедника. Редакцией журнала KidsReview.ru было принято коллегиальное решение наградить интерактивный музей «Дом Бобра» премией Kids-friendly Business Award 2015 [3].

В 2016 году создается вольерный комплекс, в котором можно «нос к носу» пообщаться с парой волков, а в 2017 году продолжается обновление инфраструктуры Центральной усадьбы заповедника. Открыта экологическая тропа «Большая Черепяхинская». С использованием новейших технологий произведено обновление «Музея природы». Начато развитие туристического



кластера «Озеро Чистое». Реставрируется историческое здание – усадьба лесничего 19 века, в котором планируется разместить Музей заповедной охраны. Установлены гостевые домики у озера. Проектируется инфраструктура для приема посетителей. Помимо этого, начинается реконструкция Дендропарка на Центральной усадьбе заповедника. После обновления открыта для посетителей интерактивная экспозиция «Лесные пожары». Воронежский заповедник впервые принимает участие в акции «Ночь музеев» [3].

25 декабря 2020 года на Центральной усадьбе Воронежского заповедника был открыт памятник Василию Михайловичу Пескову – выдающемуся советскому и российскому журналисту, писателю, телеведущему, путешественнику и фотографу, а также презентована обновленная экспозиция музея Василия Пескова [3]. В честь 100-летия Воронежского заповедника в апреле 2023 года между Воронежем и Воронежским заповедником им. В.М. Пескова начал курсировать первый и единственный в заповедной системе туристический поезд «Бобренок». Удобное расписание туристического поезда совмещено с фирменными поездами Москва – Воронеж и Воронеж – Москва, позволяя гостям максимально комфортно организовать свое путешествие.

Активное развитие инфраструктуры и обновление туристско-экскурсионных объектов в заповеднике привело к тому, что на сегодня он стал главным объектом экологического туризма в регионе. Ежегодно сюда приезжают десятки тысяч гостей, среди которых семьи с детьми, школьники, студенты, любители «дикой» природы, гости из других регионов России и зарубежных стран (рис.2).

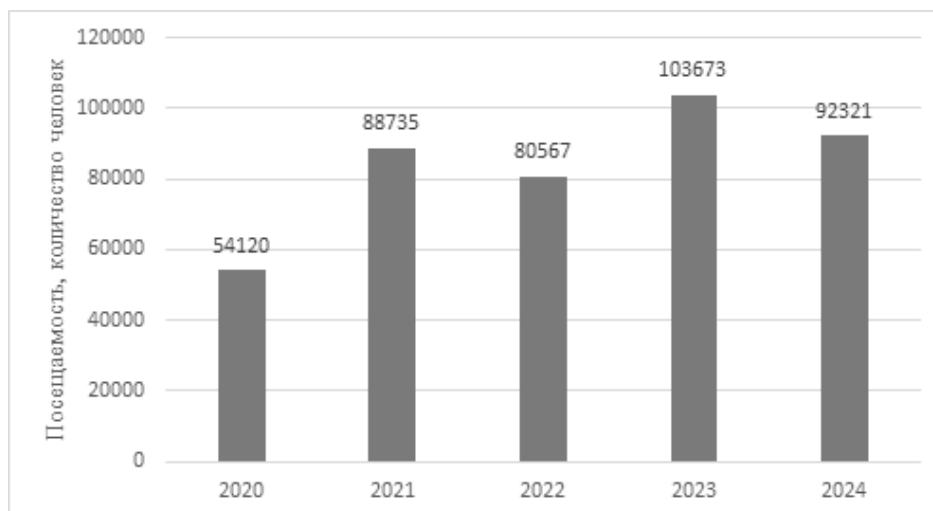


Рис. 2. Динамика посещаемости Воронежского заповедника за последние 5 лет

В настоящее время на территории заповедника работают и ждут своих посетителей множество интереснейших экскурсионных объектов (Бобровый городок, экотропы, музеи, веревочный парк) (рис. 3). Для желающих остаться в заповеднике на выходные или на ночь функционирует гостиница, номерной фонд которой составляет 18 номеров разных категорий (стандартный, полулюкс, семейный, люкс) [3]. К сожалению, данное количество номеров зачастую не удовлетворяет запросам посетителей и существуют проблемы с размещением в выходные и праздничные дни особенно в теплое время года, поэтому бронировать номера необходимо заранее. В экскурсионно-туристическом комплексе Воронежского заповедника работает два кафе – кафе «Биосфера» (в Центральной усадьбе), функционирующее круглый год и «Бобр кафе» на летней веранде Бобрового городка (в теплое время года). Сотрудники кафе предполагают первоклассный сервис, безупречно вкусные блюда из авторского меню и радушное обслуживание [3]. Кроме того, в заповеднике также работают две сувенирные лавки. Одна находится в здании Музея природы, другая на территории научно-познавательного комплекса «Земля бобров». Здесь среди огромного разнообразия сувениров гости могут приобрести на память не только магнитики, статуэтки, фирменные майки, но и множество другой брендовой продукции для взрослых и детей, в том числе из натуральных материалов ручной работы.



Рис.3 Расположение туристских объектов на территории Центральной усадьбы

Одним из главных туристско-экскурсионных объектов на территории заповедника является Бобровый городок – этот комплекс создан на базе экспериментального бобрового питомника, ведущего свою историю с 1932 года. Для посещения здесь доступны Шед с бобрами (рис.4) и Двухуровневый аквариум с семьей бобров (Бобронариум), интерактивный музей «Дом бобра» [3]. В 5 метрах от Бобрового питомника на Центральной усадьбе заповедника растет 420-летний дуб черешчатый – «памятник живой природы» всероссийского значения, свидетель смутного времени. Дуб является свидетелем постройки Российского флота и становления Спасо-Преображенского Толшевского монастыря, основанного в XVII веке и также расположенного на территории Центральной усадьбы заповедника.



Рис.4. Шед с бобрами

Основным элементом образовательной инфраструктуры заповедника служат оборудованные экологические тропы, пользующиеся особой популярностью у посетителей. Самая маленькая из них - «Заповедная сказка» протяженностью 500 м, расположена в шаговой доступности от Центральной площади. Здесь на небольшой территории размещены вольеры с волками и косулей, «поляна сказок», информационные стенды, кормушки, искусственный водоем. Самой же популярной и

востребованной на сегодняшний день является «Черепяхинская тропа», доступная к посещению с мая по октябрь и пролегающая через юго-восточную часть заповедника. На ней путешественники могут познакомиться с природой Усманского бора и реки Усмань. Свое название тропа получила по двум причинам: во-первых, идет к бывшему Черепяхинскому кордону заповедника, и во-вторых большая часть ее проходит по заболоченной пойме реки Усманка, где действительно обитают черепахи, которых практически всегда можно встретить на маршруте. Она представляет собой комплексный прогулочно-познавательный и учебный экологический маршрут общей протяженностью 4,7 км с удобной кольцевой конфигурацией (рис.5) [6].



Рис. 5. Схема расположения экскурсионных объектов  
Источник: [3]

Экотропа состоит из двух маршрутов: «Большая Черепяхинская тропа», протяженностью 3 км и «Малая Черепяхинская тропа», протяженностью 1,5 км (рис. 6). Стоит отметить, что обустроенность троп находится на самом высоком уровне. Они оборудованы красочными аншлагами с подробной информацией не только о маршруте, но и о представителях флоры и фауны этой территории, также на пути движения туристов имеются скамейки на видовых точках, ящики для мусора. Самый интересный участок этого маршрута – деревянный настил почти километровой длины и полутораметровой ширины, который петляет по пойме Усманки, мостками проходя через ее заболоченное старое русло.





Рис. 6. Входная группа на Черепяхинскую экологическую тропу

Помимо знакомства с бобрами и прогулкой по экотропам гостям предлагается посетить музеи заповедника, старейшим среди которых является Музей природы, созданный в далеком 1934 году. Специфика заповедного дела такова, что непосредственное посещение охраняемой территории туристам запрещено, поэтому музей играет роль своеобразного «окна в заповедную природу». В Музее пожаров представлены экспонаты, посвященные экологии лесных пожаров и методам борьбы с ними. Музей В.М. Пескова посвящен журналисту, именем которого назван заповедник, здесь туристы ознакомятся с его биографией и работами, а его посещение вдохновит их на доброту. Познакомиться с жизнью заповедника и его сотрудников в годы Великой Отечественной войны можно благодаря экспозициям нового музея «Воронежский заповедник в годы Великой Отечественной войны», открывшего свои двери для посетителей в 2024 году.

Развитием и продвижением экологического туризма, созданием экологических троп, работой с гостями заповедника (в том числе учет их посещений), а также организацией экскурсий, праздников, фестивалей, акций и конкурсов в заповеднике активно занимаются отделы познавательного туризма и экологического просвещения. Стоит также более подробно остановиться на информационных ресурсах заповедника. Основным и главным на сегодняшний день источником информации является официальный сайт заповедника, который дает достаточно исчерпывающие сведения не только о истории, природе, структуре заповедника, но и о его современной деятельности. На сайте можно посетить виртуальную экскурсию, созданную в формате видеотура «Лесной остров и его обитатели». Это виртуальное путешествие по характерным и уникальным ландшафтам и биоценозам заповедного Усманского бора – островного лесного массива в лесостепной зоне центральной России. Серия из 12 сферических панорам представляет леса и реки, луга и поляны, озера и болота нашего заповедника. В каждом биотопе путешественник может познакомиться с обычными и редкими обитателями заповедного мира, узнать историю происхождения местных названий некоторых урочищ. Кроме того, на сайте можно ознакомиться с ежеквартальным изданием – газетой «Бобровые вести» (начиная с 2017 года), а в разделе библиотека представлена подборка научной и научно-популярной литературы и электронный каталог Библиотечного фонда Воронежского заповедника, насчитывающего 19 тысяч экземпляров книг и периодических изданий.

Анализируя вышеизложенную информацию, можно сделать следующие выводы. Благодаря выгодному географическому положению (в том числе близости к городу-миллионнику), наличию благоприятных и разнообразных природных ресурсов, огромному количеству экскурсионных объектов, хорошо развитой туристской инфраструктуре и грамотно выстроенной маркетинговой

политике Воронежский государственный заповедник в последние годы стал самым посещаемым природным объектом в области. Несмотря на это в перспективах у руководства создание нового природно-исторического маршрута, протяженностью 6 км, на так называемое «Каверинское городище». В планах – ввод в эксплуатацию экокластера «Чистое», где в усадьбе лесничего будут работать музей и еще один визит-центр. Также рассматриваются перспективы развития в той части бора, которая находится на территории Липецкой области. Кроме того, региональные власти в ближайшем будущем планируют создать новую экотропу, которая пройдет вдоль реки Воронеж – по границе Воронежской и Липецкой областей. Проект планируется реализовать при поддержке нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Вдоль экотропы собираются оборудовать пешеходные, водные и велосипедные маршруты, установить систему навигации и обустроить зоны отдыха [2].

Таким образом, являясь уникальным уголком природы юга Русской равнины где благодаря грамотному руководству идеально сочетаются принципы заповедания, охраны, эколого-просветительской и туристско-экскурсионной деятельности Воронежский государственный природный биосферный заповедник призван стать центральным объектом экологического туризма в лесостепной зоне европейской части России.

#### Список источников:

1. Воронежский заповедник. Фотоальбом / Автор-составитель и автор текста Л.Л. Семаго – М.: Изд-во «Советская Россия», 1981.
2. Национальные проекты РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/v-voronezhskoy-oblasti-oboruduyut-ekotropu-v-zapovednike/> (дата обращения: 26.03.2025).
3. Официальный сайт Воронежского государственного природного биосферного заповедника им. В.М. Пескова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zapovednik-vrn.ru/> (дата обращения: 28.03.2025).
4. Подворонежье / под ред. Ф.Н. Милькова. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1973. — 208 с.
5. По родным просторам / Ф.Н. Мильков, В.Н. Двуреченский, К.А. Дроздов и др. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1992. — 208 с.
6. Экотуризм. Путешествие по Воронежскому краю / Под ред. В.И. Федотова, Р.С. Рощевкина. — Воронеж, 2013. — 112 с.



## РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПЕРСПЕКТИВНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ

**Славнецкова Л.В.**, заведующий кафедрой «Производственный менеджмент» Социально-экономического института, Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., канд. экон. наук, доцент, [lvsla@mail.ru](mailto:lvsla@mail.ru)

**Алексеева О.С.**, доцент кафедры «Производственный менеджмент» Социально-экономического института, Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., канд. экон. наук, доцент, [lex0812@inbox.ru](mailto:lex0812@inbox.ru)

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные аспекты развития промышленного туризма в Саратовской области. Проведен ретроспективный анализ становления промышленного туризма в России и в мире. Определены основные функции промышленного туризма, его возможности для региона. Выявлены объекты промышленного туризма. Исследована динамика туристических потоков в области промышленного туризма. Изучен потенциал Саратовской области как одного из крупных промышленных центров РФ. Приведены ведущие промышленные бренды Саратовской области. Рассмотрены возможности промышленного туризма для предприятий. Выявлены проблемы развития промышленного туризма в Саратовской области. Предложены направления развития промышленного туризма в Саратовской области и оценены возможные результаты.

**Ключевые слова:** промышленный туризм, индустриальные объекты, внутренний туризм, промышленность, экскурсии.

## DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL TOURISM IN THE SARATOV REGION AS A PROMISING TOURIST DESTINATION

**Slavnetskova L.V.**, Head of the Department of Production Management of the Socio-Economic Institute, Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

**Alekseeva O.S.**, Associate Professor, Department of Production Management of the Socio-Economic Institute, Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

*The article discusses the main aspects of the development of industrial tourism in the Saratov region. A retrospective analysis of the formation of industrial tourism in Russia and in the world was carried out. The main functions of industrial tourism and its capabilities for the region have been identified. Objects of industrial tourism have been identified. The dynamics of tourist flows in the field of industrial tourism was investigated. The potential of the Saratov region as one of the largest industrial centers of the Russian Federation has been studied. The leading industrial brands of the Saratov region are given. The possibilities of industrial tourism for enterprises are considered. The problems of the development of industrial tourism in the Saratov region have been identified. Directions for the development of industrial tourism in the Saratov region are proposed and possible results are evaluated.*

**Key words:** industrial tourism, industrial facilities, domestic tourism, industry, excursions.

В настоящее время туризм активно развивается, также как развивается туристическая индустрия. Это обусловлено повышением уровня жизни ряда стран, а также внедрением инновационных технологий, что сопровождается появлением новых направлений. В России в

настоящее время идет становление внутреннего туризма и появление новых его видов. Одним из таких видов является промышленный туризм, который приобретает все большую популярность как за рубежом, так и в России. Но стоит отметить, что степень изученности промышленного туризма недостаточная.

Среди зарубежных авторов вопросы развития промышленного туризма рассматривались в трудах И. Ансоффа, Ф. Котлера, Дж. Пейна. Среди отечественных авторов наибольший вклад внесли А. Дурович, Е. Шестаков, Л. Яковлевой, В. Сальник и другие.

Большая доля научных исследований развития промышленного туризма направлена на описания сложившихся практик на отдельных территориях [1, 3]. Авторы исследований указывают, что развитие промышленного туризма может способствовать: «диверсификации экономической деятельности и привлечению дополнительных денежных средств как в регион в целом, так и на отдельные производства; созданию рабочих мест и повышению занятости населения; подготовке и привлечению кадров; формированию имиджа и продвижению региона; а также служить решению экосистемных, экологических и социальных проблем региона» [6].

Анализ научной литературы показал, что теория, практика и методология промышленного туризма достаточно слабо исследована.

Ретроспективный анализ показал, что формирование промышленного туризма как отдельного направления насчитывает около сотни лет. Идея посещения действующих и нефункционирующих заводов появилась в XVII веке, когда британское дворянство путешествовало по Европе, посещая данные места.

Но более конкретные примеры начали появляться в XIX веке. Примерами могут послужить: посещение сырных заводов в Нидерландах, фондовых бирж, виноградников во Франции, производства кружев в Греции.

Известно, что в качестве одной из причин развития туризма в XX веке стало повышение уровня благосостояния населения и стремление к познанию мира. Туризм, в том числе и промышленный, стал доступен большому количеству населения. После Второй мировой войны некоторые страны ощутили промышленный спад. Ряд заводов разорились и многие из них пришли в упадок. Впоследствии их могли посещать индустриальные археологи. Со временем становилось известно о туристском потенциале данных мест. Это способствовало открытию промышленного туризма.

Целесообразно выделить следующие этапы развития промышленного туризма (рисунок 1):

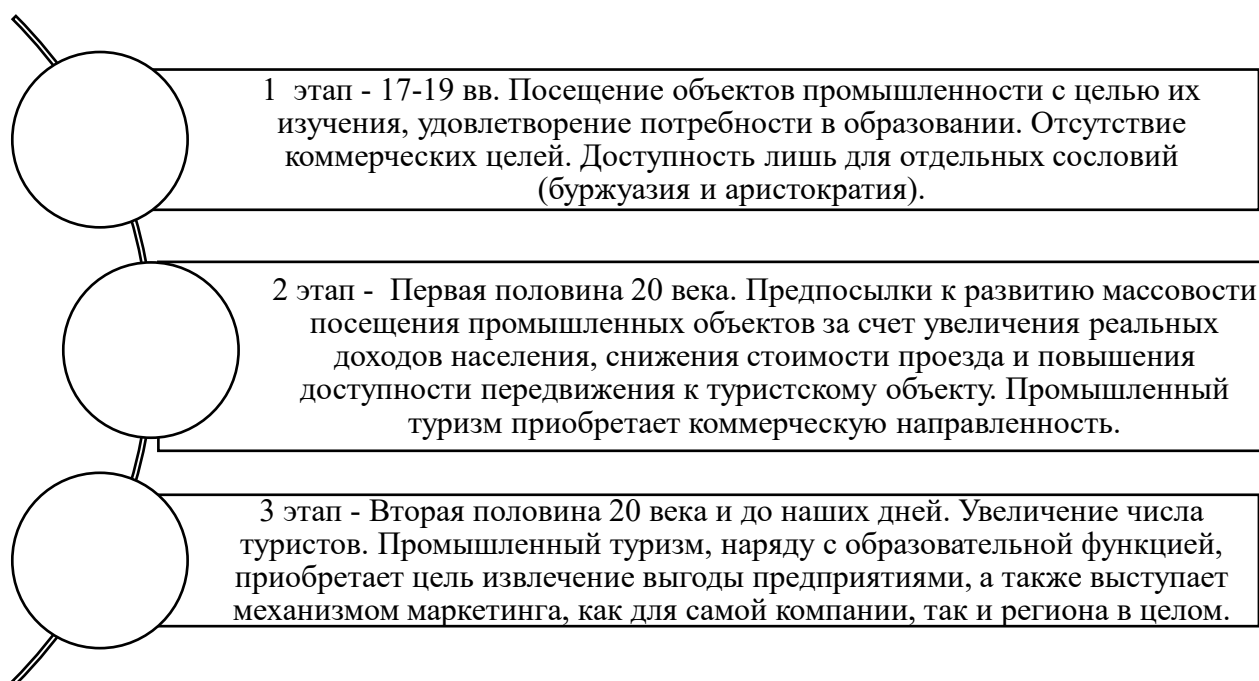


Рис. 1. Этапы развития промышленного туризма

В России, «в советское время, были разработаны и использовались десятки тематических маршрутов на промышленные предприятия. Массовый характер носили экскурсии на Магнитку, Волховстрой, Днепрострой, Харьковский тракторный завод и другие. Было разработано и утверждено 16 экскурсионных тем от цветной и черной металлургии до колбасного и кондитерского производства» [2, 4]. В содержании туристической работы важное место занимала пропаганда достижений народного хозяйства.

Промышленный туризм развивается в совокупности с другими видами туризма, например, «культурно-познавательным, событийным, музейным, этническим, экспедиционным, экстремальным» [6].

Целесообразно рассмотреть функции промышленного туризма (рис.2).

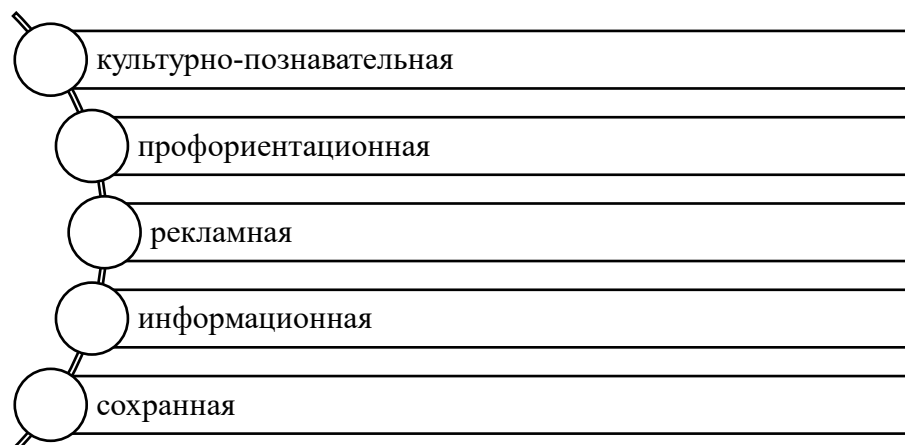


Рис. 2. Функции промышленного туризма

Указанные функции подтверждают, что промышленный туризм – «это многогранное явление, затрагивающее разнообразные сферы деятельности» [7] и обладающее большим потенциалом как для развития в субъектах РФ, так и на территории России в целом.

На сегодняшний момент целесообразно выделить три основные группы объектов промышленного туризма: активные, неактивные и музейные промышленные объекты (рис.3).



Рис. 3. Объекты промышленного туризма

Развитию промышленного туризма в субъектах Российской Федерации сегодня уделяется большое внимание. Это объясняется тем, что интерес к данному виду туризма постоянно растет, о чем свидетельствует увеличение объемов туристических потоков по данному направлению (рис.4).

Как свидетельствует рисунок 4 количество туристов, посетивших объекты промышленного туризма в 2024 году, увеличилось на 40% по сравнению с предыдущим годом. А в 2025 году прогнозируется увеличение туристических потоков еще на 12% [10].

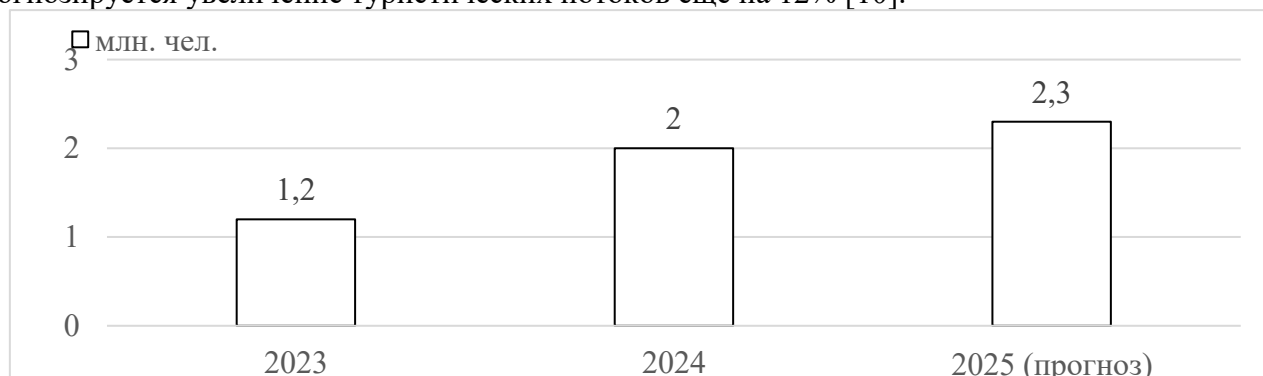


Рис. 4. Динамика промышленного туризма в РФ, млн.чел.

Одним из перспективных регионов в плане реализации программ и проектов в области промышленного туризма сегодня, на наш взгляд, является Саратовская область.

Саратов — это один из крупных промышленных центров РФ, в котором расположены производственные предприятия еще со времен Советского Союза. С течением времени он превратился из закрытого города в бренд «Первая космическая гавань». Сегодня Саратов становится точкой притяжения в области промышленного туризма, в котором сохранились исторические памятники, посвященные авиастроению и космической тематике.

Отметим, что в Саратове сложились «исторические, культурные и инфраструктурные предпосылки для развития промышленного туризма, а также область имеет весь потенциал в качестве актива для туризма» [9]. Этому свидетельствуют растущие объемы туристических потоков (рис. 5).

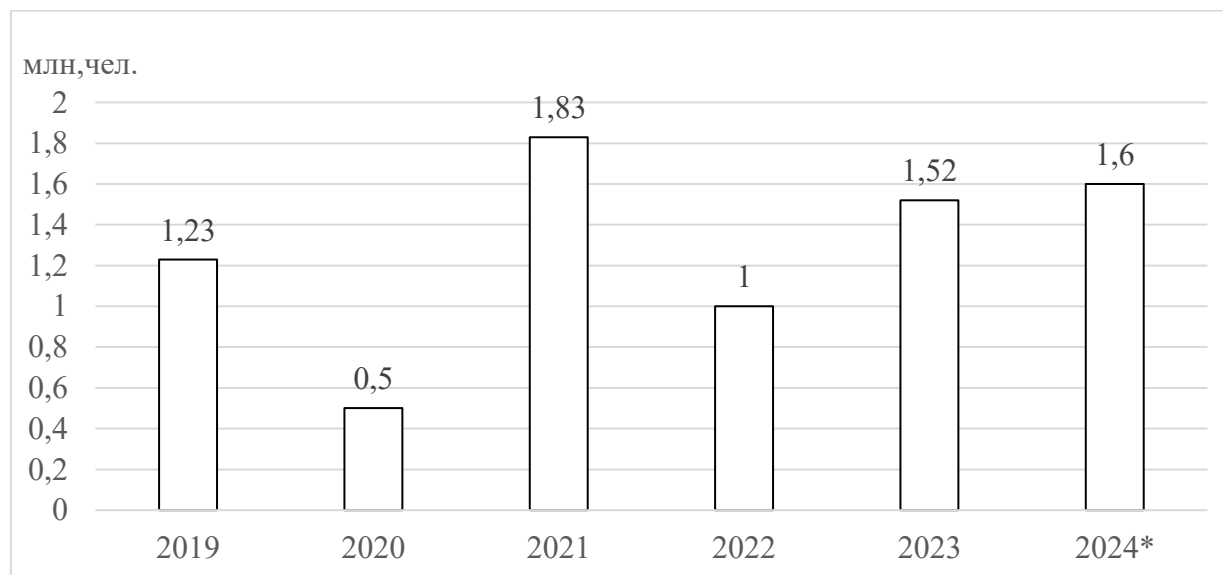


Рис. 5. Динамика туристических потоков в Саратовскую область, млн. чел.

Промышленность в Саратовской области достаточно развита, удельный вес ее в общем объеме ВРП занимает 25,5%. Основная доля (73%) в промышленном производстве приходится на «обрабатывающие производства». В «отраслевой структуре «обрабатывающих производств» значительная доля приходится на отрасли химической промышленности - 37,2% от объема отгрузки, отрасли машиностроения и ОПК - 35,8% и металлургию – 11,4%» [8].



Также в регионе сформирован уникальный оборонно-промышленный комплекс, осуществляется производство, ремонт техники для сухопутных войск и военно-морского флота. В Саратовской области расположены предприятия, являющиеся единственными производителями продукции в России (рис. 6).

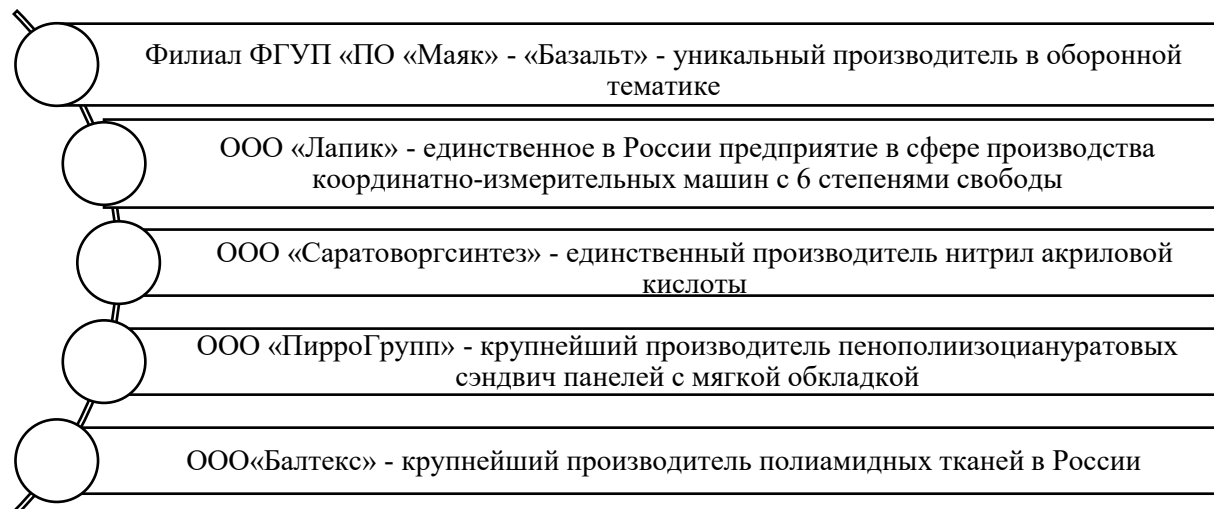


Рис. 6. Промышленные предприятия Саратовской области - единственные производители продукции в России

Ряд промышленных брендов региона «добились лидерских позиций по объему российского рынка в своем направлении» (рис. 7) [8].



Рис. 7. Промышленные бренды Саратовской области

Таким образом Саратовская область имеет достаточный потенциал для развития промышленного туризма.

С 2023 года Саратовская область принимает участие во Всероссийской образовательной программе по развитию промышленного туризма «Открытая промышленность», участниками которой стали более 60 регионов РФ [8]. За год было привлечено около 3000 туристов в этом направлении. В программе также участвовал опорный вуз Саратовской области – ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А. В процессе реализации программы был проведен опрос касательно наличия потребности в посещении предприятий в рамках туристических и экскурсионных программ, наличия знаний о предприятиях Саратова и области, доступных к посещению туристами, в том числе респондентами, а также имеющегося опыта посещения предприятий в российских регионах. В опросе приняли участие 4458 человек. По итогам опроса было выявлено желание посетить промышленные предприятия с туристическими и экскурсионными целями более, чем у 60% опрошенных. Более 60% респондентов уже имели опыт посещения предприятий. Около 70% респондентов осведомлены о возможностях посещения предприятий Саратова и области. В результате были определены города промышленной attractiveness региона и предприятия, которые желали бы посетить респонденты. Наиболее интересными с точки зрения промышленного туризма для респондентов оказались предприятия Саратова, Энгельса и Балаково. В ТОП-10 предприятий региона, в посещении которых заинтересованы туристы, попали следующие: ООО «СЭПО-ЗЭМ», Мебельная фабрика «Мария», ОАО Саратовский завод «Серп и Молот», ФЛ Балаковская АЭС АО «Концерн Росэнергоатом», ООО «Керамика Золотое» (Красноармейский район), а также дочерние компании, филиалы и представительства компаний ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Лукойл», ОАО «РЖД», АО «Апатит», АО «АвтоВАЗ». Также интерес представляют: ООО «Энгельс Свечи зажигания», частная сыроварня FROMAGELLE, ПАО «СЭЗ имени Серго Орджоникидзе», Филиал ПАО «РусГидро» - «Саратовская ГЭС», АО «Салаватстекло Волга», ООО «ДСК «ГРАС-Саратов», ООО «АСпром», ООО «Аврора Пакинг Технолоджи», ООО «Керамический блюз», ООО «Газпромтрансгаз Саратов» и другие [5].

В рамках Всероссийской образовательной программы по развитию промышленного туризма «Открытая промышленность» Саратовская область также представила проект «Театр вне стен», который победил в номинации «Промкреатив» и стал лучшим по внедрению творческих и нестандартных подходов в сфере промышленного туризма. «Театр вне стен» в формате «Театр на заводе» специализируется на проведении спектаклей в необычных производственных локациях, что подчеркивает уникальность постановки и позволяет зрителям полностью погрузиться в атмосферу происходящего [5].

Как показало исследование, многие предприятия региона готовы к участию в данной программе, поскольку промышленный туризм позволяет открыть ряд возможностей (рис. 8).

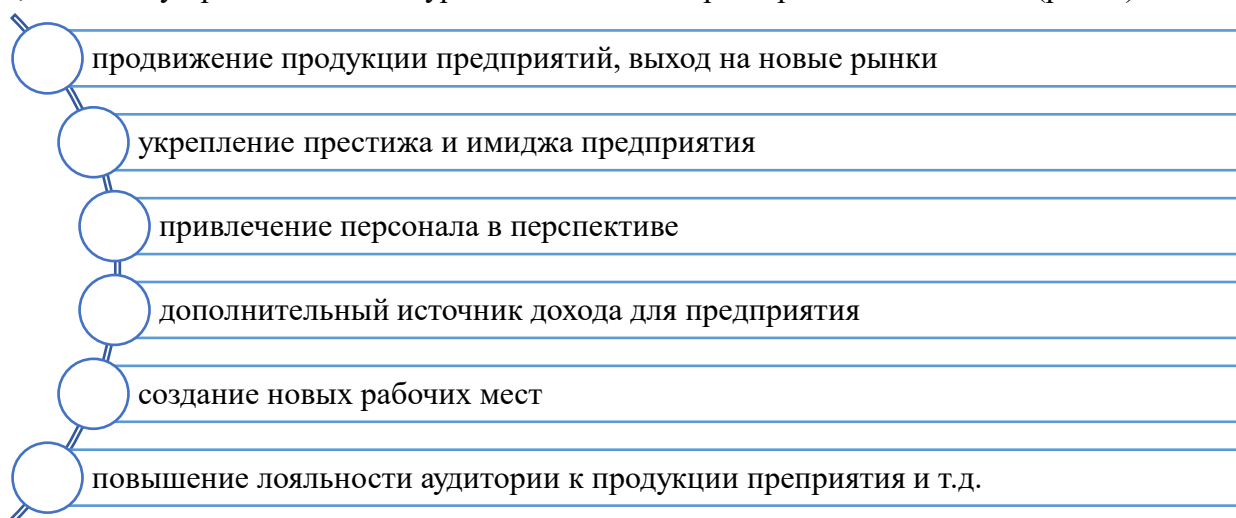


Рис. 8. Возможности промышленного туризма для предприятий, предоставляющих экскурсии на производство

Таким образом, промышленный туризм в городе Саратове имеет значительный потенциал для развития. Город привлекателен для туристов, интересующихся историей промышленного развития России и космической тематикой.

Тем не менее сегодня существуют и некоторые проблемы развития промышленного туризма в Саратовской области (рис.9.)

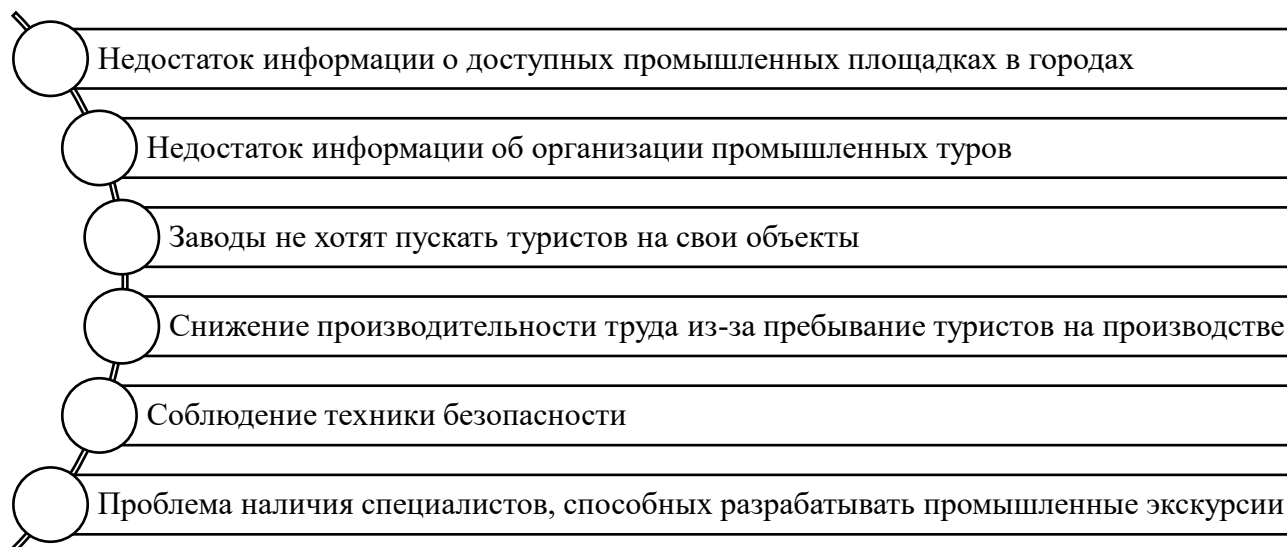


Рис. 9. Проблемы развития промышленного туризма в Саратовской области

Для решения указанных проблем и минимизации негативного воздействия и последствий посещения туристами промышленных предприятий целесообразно принять ряд мер и разработать направления развития промышленного туризма в Саратовской области (рис. 10).

| Направления развития промышленного туризма в Саратовской области                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Ожидаемые результаты развития промышленного туризма в Саратовской области                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• определение ответственного за развитие промышленного туризма в регионе;</li> <li>• разработка маршрутов промышленных экскурсий;</li> <li>• организация посещений промышленных предприятий для студентов направления «Туризм»;</li> <li>• разработка пошаговых инструкций и регламентов для процесса организации промышленных туров;</li> <li>• создание специального раздела на сайте ТИЦ Саратовской области;</li> <li>• расширение информационной базы о промышленном туризме в онлайн пространстве.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• популяризация промышленного производства и рабочих профессий в Саратовской области;</li> <li>• налаживание сотрудничества предприятия с крупными компаниями;</li> <li>• рост потоков посетителей;</li> <li>• повышение имиджа предприятия;</li> <li>• рост прибыли предприятий;</li> <li>• повышение инвестиционной привлекательности региона.</li> </ul> |

Рис. 10. Направления развития промышленного туризма в Саратовской области и ожидаемые результаты

Таким образом, в Саратове и Саратовской области существует необходимая база для разработки туров нового направления - промышленного туризма, который в свою очередь является ресурсом городской и региональной регенерации и способствует улучшению качества жизни населения. В регионе расположено значительное количество производств, узнаваемых не только в России, но и за рубежом. Поэтому целесообразно создавать и продвигать собственные бренды. Промышленный туризм способен привлечь широкую целевую аудиторию. Он является отличным примером создания привлекательного туристического и экскурсионного продукта. Интерес и потребность в продукте промышленного туризма высоки, поэтому спрос на него в перспективе будет расти. Промышленный туризм способен оказать значительное влияние на формирование положительного имиджа региона, что позволяет развивать внутренний туризм.

#### Список источников:

1. Богомолова К.О., Танкиева Т.А., Пономарева М.В. Развитие промышленного туризма в Тульской области // Сервис в России и за рубежом. — 2018. — Т. 12. — № 3 (81). — С. 63-78.
2. Боровикова Н.В. Критерии сохранения индустриального наследия // Вестник Томского государственного архитектурно-строительного университета. — 2019. — Т. 21. — № 2. — С. 52–62.
3. Быстрова Т.Ю. Парк Эмшер: принципы и приемы реабилитации промышленных территорий // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. — 2014. — №2. — С. 9-14.
4. Власова Н.Ю. Индустриальный туризм в продвижении старопромышленных регионов / Н.Ю. Власова, О.Ю. Голубчиков, Е.В. Курилова // Journal of new economy. — 2017. — №4 (72). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/industrialnyy-turizm-v-prodvizhenii-staropromyshlennyh-regionov> (дата обращения: 28.03.2025).
5. Инвестиционный портал Саратовской Области. Промышленный туризм. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://investinsaratov.ru/ru/about/industrial-tourism/> (дата обращения: 29.03.2025).
6. Итоги работы за год совета по развитию промышленного туризма в Российской Федерации // Ростуризм. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/news/16140/> (дата обращения: 29.03.2025).
7. Никулина Ю.Н. Исследование востребованности и перспектив развития промышленного туризма в регионе: взгляд предприятий // Креативная экономика. — 2017. — Том 11. — № 8. — С. 875-892.
8. Промышленный комплекс Саратовской области. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://saratov.gov.ru/gov/auth/minprom/promkompleks-saratovskoy-oblasti/index.php/> (дата обращения: 29.03.2025).
9. Танкиева Т.А., Пономарева М.В. Разработка подходов к организации индустриального туризма в старопромышленном регионе // РЭиУ. — 2020. — №1 (61).
10. 2024: Рост промышленного туризма на 40% до 2 млн человек. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9\\_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC\\_%D0%B2\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8) (дата обращения: 29.03.2025).

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА СТРУКТУРУ ЗАНЯТОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ РАЗМЕЩЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Суранова О.А., старший преподаватель, Байкальский государственный университет, SuranovaISU@mail.ru

*Аннотация.* Цифровизация оказывает влияние на структуру занятости в сфере предоставления услуг размещения, в известной степени способствуя росту профессионализма сотрудников, за счет формирования цифровых компетенций, но, между тем, актуализируя существующие и формируя новые риски (высвобождение персонала, повышение требований к обеспечению безопасности на рабочих местах и др.). В исследовании проведен обзор изменений, в структуре занятости в сфере предоставления услуг размещения в туризме, происходящих в условиях внедрения цифровых технологий.

*Ключевые слова:* туризм, сфера предоставления услуг размещения, цифровизация, цифровые технологии, занятость.

## IMPACT OF DIGITALISATION ON EMPLOYMENT STRUCTURE IN THE PROVISION OF ACCOMMODATION SERVICES IN TOURISM

Suranova O.A., Senior Lecturer, Baikal State University

*Annotation.* Digitalisation has a dual impact on the structure of employment in accommodation services, to a certain extent contributing to the growth of professionalism of employees through the formation of digital competences, but, at the same time, actualising existing risks and creating new ones (staff dismissal, increased requirements for workplace safety, etc.). The study provides an overview of the changes in the structure of employment in the tourism accommodation services sector that occur in the process of digitalisation.

*Key words:* tourism, accommodation services, digitalisation, digital technologies, employment.

**Введение.** В эпоху стремительной цифровой трансформации, охватывающей все аспекты современной экономики, сфера туризма, и в частности, сфера предоставления услуг размещения, претерпевает кардинальные изменения. Цифровизация оказывает существенное влияние на структуру занятости, трансформируя традиционные рабочие места, создавая новые и предъявляя иные требования к квалификации персонала, оказывая влияние на условия труда и занятость, а также обеспечение безопасности на рабочих местах [2,19]. Цель исследования: комплексное рассмотрение изменений в структуре занятости в сфере предоставления услуг размещения в туризме в условиях внедрения цифровых технологий. Анализ происходящих изменений является ключевым для понимания перспектив развития отрасли и адаптации системы образования и переподготовки кадров к новым реалиям.

**Результаты.** На основании анализа исследований, опубликованных в период 2015-2025 гг. было выделено групп пять изменений в структуре занятости в сфере предоставления услуг размещения в туризме, связанных с внедрением цифровых технологий: трансформация традиционных профессий (Морозов М.А. и Морозова Н.С. [11-13], Сиренко О.О. [16]), появление новых профессий (Джанджугазова Е. А. [4], Чуракова А.А. [18]), изменение требований к квалификации персонала (Катаева М.Г. [5], Решетникова К.В. [15]), влияние на условия труда и занятость (Мухамадиярова А.К. и другие [14]), повышение требований к обеспечению безопасности на рабочих местах (рис.1).



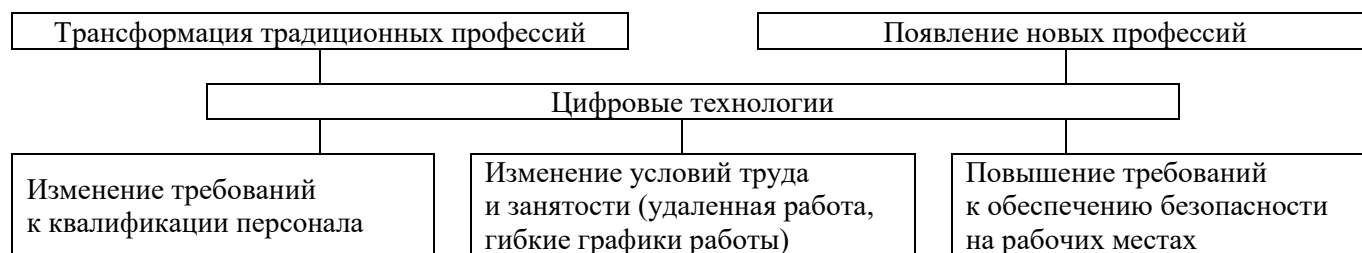


Рис. 1. Влияние цифровизации на структуру занятости в сфере предоставления услуг размещения в туризме  
Источник: составлено автором

### Обсуждение результатов.

1. *Трансформация традиционных профессий.* Трансформация традиционных профессий в сфере предоставления услуг размещения в туризме связана с:

1) *изменением содержания труда персонала различных сегментов.* Изменение содержания труда персонала высшего и среднего сегмента (руководителей, специалистов, администраторов), Морозов М.А. и Морозова Н.С. связывают с тем, что «все больший объем работы выполняется в онлайн режиме, поэтому повышение цифровых компетенций персонала становится перманентной задачей для предприятий индустрии туризма и гостеприимства» [12]. В то время как, изменение содержания труда инфраструктурного персонала (горничные, разнорабочие), связано, в частности, «с внедрением роботизированных систем уборки (автоматических пылесосов и поломоечных машин), самостоятельно очищающих общественные пространства и номера, а также способных к маппингу пространств и запрограммированных для регулярной уборки определенных зон. Эти решения сокращают необходимость в ручном труде, повышают стандарты чистоты и позволяют инфраструктурному персоналу средств размещения сосредоточиться на более сложных задачах» [17], связанных, например, с управлением техническими средствами уборки и обеспечением безопасности;

2) *высвобождением персонала.* Внедрение цифровых технологий в процессы бронирования, регистрации, обслуживания клиентов и управления ресурсами приводит к автоматизации рутинных операций и, как следствие, к сокращению потребности в сотрудниках, выполняющих эти функции [16]. Например, онлайн-системы бронирования заменяют операторов call-центров и агентов по бронированию, а автоматизированные системы управления отелями (PMS) оптимизируют работу администраторов, горничных и даже сотрудников службы безопасности. Использование чат-ботов для ответов на часто задаваемые вопросы клиентов снижает нагрузку на персонал службы поддержки.

Вместе с тем, традиционные профессии, требующие личного контакта с клиентами и высокого уровня эмпатии, такие как консьержи, аниматоры и сотрудники службы приема и размещения, сохраняют свою актуальность. Однако, и здесь цифровизация вносит свои коррективы, требуя от сотрудников владения новыми технологиями и навыками работы с цифровыми платформами для эффективного взаимодействия с клиентами и предоставления персонализированного сервиса.

2. *Появление новых профессий.* Цифровизация не только трансформирует существующие рабочие места, но и создает новые профессии, требующие специализированных знаний и навыков в области информационных технологий, маркетинга и управления данными [4, 8, 18]. В аналитическом отчете Центра развития навыков и профессионального образования Института образования НИУ ВШЭ, опубликованном в 2024 отмечается, что «изменение спроса индустрии на компетенции позволяет прогнозировать появление новых профессий в ближайшем будущем» [1].

В сфере предоставления услуг размещения возникают такие востребованные позиции, как:

– специалисты по управлению Revenue (Revenue Managers): используют аналитические инструменты и алгоритмы для оптимизации ценовой политики и увеличения доходности объектов размещения;

– аналитики данных: собирают и анализируют данные о поведении клиентов, эффективности маркетинговых кампаний и операционных процессов, чтобы выявлять тренды и принимать обоснованные управленческие решения;

– специалисты по кибербезопасности: обеспечивают защиту информационных систем и данных от киберугроз и мошенничества;

– менеджеры по онлайн-маркетингу и SMM: отвечают за продвижение отеля или другого объекта размещения в интернете, управление репутацией в социальных сетях и привлечение новых клиентов.

– разработчики мобильных приложений и веб-сайтов: создают и поддерживают цифровые платформы для бронирования, обслуживания клиентов и предоставления информации о предлагаемых услугах;

– «консьержи робототехники: осуществляют контроль гостиничных роботов в роботизированных отелях; выполняют функции на основе навыков многозадачности и общения с искусственным интеллектом, компетенций технолога, сервисмена и механика робототехнических систем и механизмов при контроле механических швейцаров, горничных, курьеров и т.д.)» [8].

Эти новые профессии требуют высокого уровня образования, постоянного обучения и адаптации к быстро меняющимся технологиям.

*3. Изменение требований к квалификации персонала.* Цифровизация предъявляет новые требования к квалификации персонала, работающего в сфере предоставления услуг размещения. Помимо традиционных навыков, таких как знание иностранных языков, коммуникабельность и умение работать в команде, Катаева М.Г. [5], Лозицкий В.Л. [8], Решетникова К.В. [15] выделяют следующие:

– цифровая грамотность: умение работать с компьютером, мобильными устройствами и различными программными приложениями;

– аналитическое мышление: способность анализировать данные, выявлять закономерности и принимать обоснованные решения;

– навыки решения проблем: способность быстро и эффективно решать проблемы, возникающие в процессе работы с цифровыми системами;

– коммуникативные навыки: умение эффективно общаться с клиентами и коллегами в онлайн-среде;

– адаптируемость и обучаемость: способность быстро адаптироваться к новым технологиям и постоянно обучаться.

Работодатели все больше внимания уделяют не только профессиональным навыкам, но и так называемым «мягким» навыкам (soft skills), таким как креативность, эмоциональный интеллект.

*4. Влияние на условия труда и занятость.* Цифровизация оказывает влияние на условия труда и занятость в сфере предоставления услуг размещения, так как «развитие цифровых технологий позволило вывести часть бизнес-процессов в онлайн, что привело к трансформации всей бизнес-модели, что и стало основой для возникновения новых форм социально-трудовых отношений» [6]. Распространение удаленной работы и гибких графиков работы становится все более распространенным, что позволяет сотрудникам более эффективно совмещать работу и личную жизнь [9, 14]. Однако, это также может привести к усилению конкуренции на рынке труда и снижению заработной платы для некоторых категорий работников. Автоматизация и роботизация могут привести к сокращению рабочих мест, особенно для неквалифицированных работников. В то же время, новые технологии могут создавать новые возможности для предпринимательства и самозанятости, например, в сфере предоставления услуг по обслуживанию и ремонту цифрового оборудования.

*5. Повышение требований к обеспечению безопасности на рабочих местах.* Необходимость повышения требований к обеспечению безопасности на рабочих местах в рассматриваемой сфере туризма связана с:

*1) минимизацией физического присутствия персонала на рабочих местах.* Минимизация присутствия повышает требования к обеспечению безопасности, в том числе пожарной, антитеррористической, санитарно-эпидемиологической [10];

2) возможностью утечки информации, возникновением кибератак, заражением роботов и машин вирусами [7];

3) появлением новых болезней и рисков для физического и психического здоровья, связанных с применением цифровых технологий в процессе работы персонала [20]. Например, «роботы, их источник питания, привод и исполнительный орган при работе могут создавать шум, вибрацию, оптические и электромагнитные излучения и т.п., что требует их контроля» [3].

В условиях происходящих изменений, требуется реализация программ дополнительного обучения для действующих сотрудников средств размещения; проведение тренингов безопасности; введение новых штатных единиц по пожарной и другим видам безопасности и охране труда; активная работа психологов; обеспечение производственной гигиены при управлении киберфизическими системами и др.

**Заключение.** Цифровизация оказывает глубокое и многогранное влияние на структуру занятости в сфере предоставления услуг размещения в туризме. Традиционные профессии трансформируются, появляются новые, и предъявляются иные требования к квалификации персонала. Для успешной адаптации к этим изменениям необходимо:

- развивать систему образования и переподготовки кадров, ориентированную на приобретение цифровых компетенций (знаний, умений и навыков);

- поддерживать предпринимательство и самозанятость в сфере предоставления услуг, связанных с цифровыми технологиями;

- создавать условия для развития «мягких» навыков, таких как креативность, эмоциональный интеллект и умение работать в команде;

- разрабатывать и внедрять меры социальной защиты для работников, которые могут потерять работу в результате внедрения цифровых технологий, в том числе, автоматизации и роботизации;

- усиливать безопасность на рабочих местах.

Только комплексный подход, учитывающий все аспекты влияния цифровизации на структуру занятости, позволит сфере предоставления услуг размещения в туризме успешно адаптироваться к новым реалиям и обеспечить устойчивое развитие в будущем.

#### Список источников:

1. Аналитический доклад «Отраслевой подход к подготовке кадров в сфере внутреннего туризма». Центр развития навыков и профессионального образования Института образования НИУ ВШЭ. — 2024. — 136 с.
2. Бацына Я.В. Влияние тенденций цифровизации на индустрию гостеприимства / Я.В. Бацына, Н.В. Мордовченков // Креативная экономика. — 2020. — №4. — С. 497-508.
3. Денисов Э.И. О необходимости санитарно-эпидемиологического надзора при работе с киберфизическими системами / Э.И. Денисов, Л.В. Прокопенко, Е.С. Почтарева // Russian Journal of Occupational Health and Industrial Ecology. — 2019. — №9. — С. 615-616.
4. Джанджугазова Е.А. Атлас новых профессий как реакция на динамичные социально-экономические процессы и технологические изменения в современном российском обществе / Е.А. Джанджугазова // Современная экономика: проблемы и решения. — 2016. — № 3. — С. 48-57.
5. Катаева М.Г. Влияние цифровизации на изменение требований к подготовке специалистов индустрии гостеприимства: проблемы и перспективы развития / М.Г. Катаева // XIX Международный конгресс «Роль бизнеса в трансформации общества — 2024»: сборник материалов международной научно-практической конф. — 2024. — Московский финансово-промышленный университет «Синергия». — Москва.
6. Костенко Е.П. Трансформация механизма управления персоналом в условиях формирования нового технологического уклада / Е.П. Костенко // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. — 2020. — № 2. — С. 58-69.
7. Леонова К.С. Необходимость и возможные последствия цифровизации российской экономики / К.С. Леонова // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2017. — № 12. — С. 103-105.

8. Лозицкий В.Л. Эволюция компетентностной составляющей в профессиональной подготовке специалистов в сфере туризма и гостеприимства в аспекте процессов цифровизации / В.Л. Лозицкий // Туризм и гостеприимство. — 2019. — №2. — С. 34-40.
9. Макарова Д.Д. Трансформация методов обучения сотрудников в гостиничном бизнесе / Д.Д. Макарова, Е.В. Денич // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. — 2022. — Т. 16. — № 2. — С. 163-172.
10. Методические рекомендации «Антитеррористическая защищенность Пожарная безопасность Защита от COVID-19» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://invest.admsurgut.ru/public/uploads/\(2022\\_11\\_02\)\\_proekt.pdf](https://invest.admsurgut.ru/public/uploads/(2022_11_02)_proekt.pdf) (дата обращения: 12.03.2025).
11. Морозов М.А. Инновационные подходы к управлению персоналом в индустрии туризма и гостеприимства в условиях новой нормальности / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Сервис в России и за рубежом. — 2021. — №5 (97). — С. 17-24.
12. Морозов М.А. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020. — № 28(2). — С. 196-202.
13. Морозов М.А. Особенности подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства в условиях перехода к цифровой экономике / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. — 2019. — № 4(4). — С. 3-14.
14. Мухамадиярова А.К. Влияние гибких графиков работы на производительность и удовлетворенность сотрудников в сфере услуг / А.К. Мухамадиярова, А.С. Бабичева, Д.А. Радченко, Н.А. Шатохин // Human Progress. — 2024. — Том 10. Вып. 4. — С. 6.
15. Решетникова К.В. Цифровые и универсальные навыки сотрудников российских отелей: структура и уровень развития / К.В. Решетникова, М.Д. Предводителева, Н.Э. Соболева // Организационная психология. — 2023. — № 2. — С. 100-120.
16. Сиренко О.О. Обеспечение конкурентоспособности гостиничного предприятия с современных условиях. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет». — 2022. — 131 с.
17. Федотов Д. Как технологии меняют сферу гостеприимства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://target-g.ru/blog/tehnologii-v-sfere-gostepriimstva/> (дата обращения: 12.03.2025).
18. Чуракова А.А. Влияние цифровизации на развитие гостиничного бизнеса / А.А. Чуракова // Журнал прикладных исследований. — 2021. — № 4. — С. 59-66.
19. Экспертный аналитический доклад «Кадры для туризма: от сферы услуг к индустрии счастья» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://национальныепроекты.рф/upload/turizm/Доклад%20Туризм\\_2024.pdf](https://национальныепроекты.рф/upload/turizm/Доклад%20Туризм_2024.pdf) (дата обращения: 12.03.2025).
20. DiazNafria J.M. at al. Interdisciplinary Elucidation of Concepts, Metaphors, Theories and Problems Concerning INFORMATION. glossariumBITri. Ecuador: UEPSE; 2016.



**СЕКЦИЯ 2.**  
**«ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**  
**В РЕГИОНАХ РОССИИ»**

УДК 551.582

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ**  
**РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

**Анисимова Т.Р.**, преподаватель высшей категории, филиал Мурманского арктического университета, [t.r.anisimova@mail.ru](mailto:t.r.anisimova@mail.ru)

**Хворостова А.К.**, преподаватель высшей категории, филиал Мурманского арктического университета, [ak-8888@mail.ru](mailto:ak-8888@mail.ru)

***Аннотация.** Мурманская область, расположенная за Полярным кругом, обладает уникальными туристско-рекреационными ресурсами, включая исключительные природные ландшафты, культурное наследие и богатый фаунистический мир. В последние годы наблюдается рост интереса к экотуризму, образовательным программам и культурным обменам, что связано с увеличением доступности региона благодаря развитию транспортной инфраструктуры. Перспективы рекреационного развития Мурманской области выглядят многообещающе благодаря уникальным природным ресурсам, растущей инфраструктуре и культурному наследию. Однако для достижения этих целей необходимо сосредоточиться на устойчивом развитии, сохранении природы и вовлечении местного населения. Правильное сочетание государственных инициатив, частных инвестиций и активного участия сообществ создаст основу для успешного рекреационного развития региона на многие годы вперед.*

***Ключевые слова:** туризм, Кольский полуостров, Мурманская область, экотуризм.*

**TOURIST AND RECREATIONAL RESOURCES AND MODERN TRENDS IN TOURISM**  
**DEVELOPMENT ON THE KOLA PENINSULA**

**Anisimova T.R.**, Teacher of the highest category, Kirovsk branch of Murmansk Arctic University

**Khvorostova A.K.**, Teacher of the highest category, Kirovsk branch of Murmansk Arctic University

***Abstract.** The Murmansk region, located above the Arctic Circle, has unique tourism and recreational resources, including exceptional natural landscapes, cultural heritage and a rich faunal world. In recent years, there has been an increase in interest in ecotourism, educational programs and cultural exchanges, due to the increased accessibility of the region due to the development of transport infrastructure. The prospects for recreational development in the Murmansk region look promising thanks to its unique natural resources, growing infrastructure and cultural heritage. However, to achieve these goals it is necessary to focus on sustainable development, nature conservation and local community involvement. The right combination of government initiatives, private investment and active community participation will create the foundation for successful recreational development in the region for many years to come.*

***Keywords:** tourism, Kola Peninsula, Murmansk region, ecotourism.*

Мурманская область, расположенная на северо-западе России, является уникальным регионом с богатым природным и культурным наследием. Она славится своими красивыми пейзажами, восхитительными природными заповедниками и уникальным биоразнообразием. С географической точки зрения, область находится за Полярным кругом, что создает специфические климатические условия и привлекательные возможности для рекреационной деятельности [1, 11].



В данной статье мы рассмотрим перспективы рекреационного развития Мурманской области, а также основные факторы, которые могут способствовать этому процессу.

Функционирование туристического кластера на территории региона позволяет повысить эффективность использования его туристско-рекреационного потенциала [5].

Анализ современного состояния туризма в Мурманской области позволяет сделать выводы о положительной динамике в развитии этой сферы [10].

В настоящее время турпоток в Мурманскую область растет.

Согласно статистическим данным Комитета по туризму Мурманской области, туристический поток в Мурманскую область составил:

2023 год : 670 тысяч туристов.

2022 год: 539,4 тыс. человек, в том числе 18,4 тыс. человек иностранные туристы

2021 год: 486,2 тыс. человек, в том числе 21,5 тыс. человек иностранные туристы

2020 год: 350,0 тыс. человек, в том числе 41,9 тыс. человек иностранные туристы

2019 год: 458,0 тыс. человек, в том числе 77,0 тыс. человек иностранные туристы

2018 год: 438,02 тыс. человек, в том числе 64,39 тыс. человек иностранные туристы

2017 год: 413,7 тыс. человек, в том числе 51,9 тыс. человек иностранные туристы

2016 год: 330,0 тыс. человек, в том числе 38,9 тыс. человек иностранные туристы [10].

Данные представлены в графическом виде на рисунке 1.

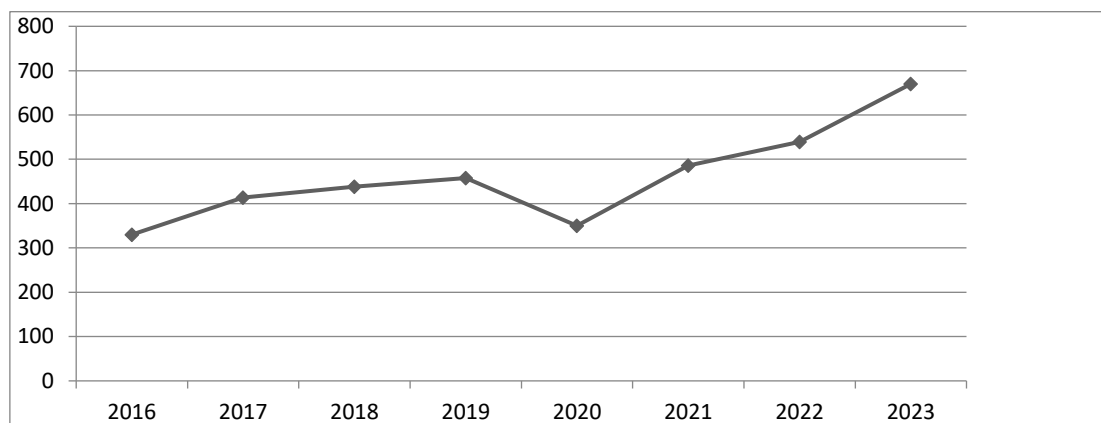


Рис. 1. Динамика турпотока Мурманской области за 2016 – 2023 года

Источник: составлено авторами

Стратегия развития туристско-рекреационного кластера Мурманской области определяет общие направления и приоритеты развития данного кластера на период ее реализации 2021–2035 гг. Представляет собой план, включающий сценарии и решения, направленные на:

- создание условий для формирования конкурентоспособного туристского продукта региона и его продвижения на внутреннем и международном туристских рынках;
- развитие сферы туризма в регионе;
- повышение значимости туризма для социально-экономического развития Мурманской области [5].

В Мурманской области зарегистрированы два национальных туристических маршрута.

Первый маршрут – «Заполярный калейдоскоп». Маршрут дает общее представление о Мурманской области, знакомит туристов с историей развития региона, начиная с освоения Кольского Заполярья коренными народами до современности. Маршрут включает посещение атомного ледокола «Ленин», интерактивного музея - выставочного центра «Апатит», а также поездку в саамскую деревню [1, 11].

Второй маршрут – «От Баренцева до Белого моря». Маршрут раскрывает природное разнообразие Кольского Севера, история которого определена морской культурой древних эпох и современности. За одну неделю участники тура увидят Кольский залив, скалы и прибой Баренцева моря; чарующие плато Хибин, красоту берегов Белого моря, получают вдохновение от визуального разнообразия неповторимой северной природы [1, 11].

Кроме того, определенный потенциал связан с развитием проектов по активному туризму на Кольском полуострове [1, 11]. Согласно Стратегии социально-экономического развития Мурманской области до 2020 года и на период до 2035 года, в Мурманской области формируется туристско-рекреационный кластер, который будет состоять из нескольких направлений:

- горнолыжный туризм.
- экологический туризм. Рекреационное рыболовство.
- активный туризм - сплав и подъем по рекам, снегоходный, пеший и велосипедный туризм.
- этнокультурный туризм.
- круизный и деловой туризм в Мурманске.
- маршрутный (пеший, лыжный, водный, велосипедный);
- экстремальный туризм, который может включать в себя такие направления, как фрирайд, альпинизм, кайтинг, парапланеризм, дайвинг и многое другое;
- этнографический туризм, направленный на знакомство с жизнью и бытом местного коренного населения (саами, поморы) [5].

### **ООПТ как основа рекреационного развития**

Одним из главных активов Мурманской области является ее естественное окружение. Здесь находятся живописные фьорды, озера, горные массивы и обширные лесные массивы.

По состоянию на 2022 год природно-заповедный фонд Мурманской области включает 75 особо охраняемых природных территорий (ООПТ), в том числе:

Двенадцать особо охраняемых природных территорий федерального значения:

- ✓ Национальный парк Хибины, образованный в 2018 году,
- ✓ Три государственных природных заказника: «Канозерский», «Мурманский тундровый», «Туломский»;
- ✓ Три государственных природных заповедника, в том числе одни из старейших заповедников, образованных в 1930-х годах прошлого века, это – Лапландский государственный природный биосферный заповедник и Кандалакшский государственный природный заповедник. А также, государственный природный заповедник «Пасвик».
- ✓ Четыре памятника природы: «Астрофилиты горы Эвеслогчорр», «Залежь «Юбилейная», «Эпидозиты мыса Верхний Наволок» и «Озеро Могильное»
- ✓ До недавнего времени, самый северный ботанический сад в мире; Полярно-альпийский ботанический сад-институт КНЦ РАН.

Шестьдесят три особо охраняемые природные территории регионального и местного значения, в том числе:

- ✓ Одни из самых «молодых» по дате образования четыре природных парка общей площадью 131,898 тыс. га: «Полуострова Рыбачий и Средний», «Кораблекк», «Териберка», «Сейдьяввр». В отличие от заказников, заповедников и национальных парков здесь наименее строгий режим охраны, позволяющий любому желающему познакомиться с уникальной северной природой поближе.
- ✓ Так же, на территории Кольского полуострова расположены восемь заказников регионального значения общей площадью 990,704 тыс. га: «Варзугский», «Колвицкий», «Кутса», «Понойский зоологический», «Понойский рыбохозяйственный», «Симбозерский», «Лапландский лес», «Кайта»;

- ✓ 50 памятников природы регионального значения общей площадью 15,745 тыс. га

- ✓ Загородный парк местного значения города Североморска площадью 0,033 тыс. га

Общая площадь ООПТ составляет 1 981,3 тыс. га или 13% от общей площади региона [6].

Кандалакшский заповедник предлагает туристам познакомиться с уникальной природой, флорой, фауной и геологией Белого моря. Здесь открываются широкие возможности для наблюдения за морскими птицами и животными. Здесь можно встретить больших бакланов, гаг и разные виды чаек. По литорали во время отлива часто бегают кулики-сороки, песочники и птички с забавным названием «камнешарка». В Белом Кандалакшского залива нередко можно увидеть белух, порой в центральную часть заходят косатки и малые полосатики. Тюлени, например, морские зайцы и кольчатые нерпы, иногда подплывают довольно близко к людям, надеясь пожить

остатками рыбного промысла. Иногда в Белое море приплывают даже моржи, и в последние годы их видят тут все чаще — к сожалению, скорее всего, это происходит из-за того, что их более привычные северные места кормления разрушаются из-за антропогенного воздействия [6].

Природный парк «Териберка» и «Полуострова Рыбачий и средний» в последние годы приобретают все большую известность. Уникальность северной природы, возможность увидеть Северный Ледовитый океан, птичьи базары, китов, полярный день и Северное сияние привлекают туристов с разных концов планеты [6].

В зависимости от сезона здесь можно увидеть несколько видов чаек, полярных крачек, кайр, гагарок, большого и хохлатого бакланов, поморников, атлантических тупиков и северную олушу. Последние два вида в России можно наблюдать только на Кольском полуострове.

Учитывая хрупкость заполярной экосистемы, развитие экологического туризма может стать одним из приоритетных направлений. Организация маршрутов с минимальным воздействием на природу позволит привлечь экологически сознательных туристов [1, 11].

### **Культурный и исторический потенциал**

Мурманская область не только известна своими природными красотами, но и обладает богатым культурным наследием. Местные праздники, традиции и обычаи могут стать основой для организации туристических мероприятий. Развитие этнотуризма, который предлагает посетителям уникальную возможность узнать о культуре коренных народов, таких как саамы, может стать интересным направлением для культурного туризма.

Сохранение культуры саамов, коренных жителей Кольского полуострова, — важная задача, которая сочетает в себе аспекты этнотуризма, культурного наследия и экологической устойчивости. Саамская культура уникальна и включает в себя традиции, обряды, язык, искусство и образ жизни, тесно связанный с природой [2].

В настоящее время на территории Мурманской области проживает порядка двух тысяч саамов. Организация туристических маршрутов позволят посетителям познакомиться с образом жизни саамов, их традициями и обычаями. Это может включать участие в промыслах, таких как оленеводство, а также мастер-классы по изготовлению традиционных изделий. Привлечение туристов в сезоны праздников и обрядов, таких как праздник «Юллу» или другие культурные мероприятия, где туристы могут наблюдать за традиционными танцами, музыкой и кухней, программ и мастер-классов для местных жителей и туристов повысит уровень осведомленности о культуре саамов [7, 9].

В рамках культурно-познавательных туров возможен сбор материалов и создание архивов, которые будут хранить традиционные песни, сказки и истории, а также запись устных преданий.

Основное занятие саамов — это оленеводство, которое неотделимо от сохранения экологической устойчивости и охраны природы, а также работы с местными сообществами для разработки программ устойчивого использования природных ресурсов.

Сохранение культуры саамов через этнотуризм не только позволяет привлечь внимание к их наследию, но и обеспечивает экономическую поддержку местным сообществам. Важно, чтобы такие инициативы были проведены с уважением к культуре и традициям саамов, обеспечивая их активное участие в процессе.

Но не только культура саамов привлекает туристов в рамках этнотуров. На Терском берегу Белого моря, «Студеного», как его называли норвеги, издавна проживали поморы.

Терским называется южный берег Белого моря или Земля Тре, как некоторое время звался Кольский полуостров в древних хрониках. Со временем это название трансформировалось в Терь, Терский берег.

С XII века русские промышленники из Новгородских и Псковских земель проникали сюда — на терский берег Студеного моря, как его называли норвеги, для сезонной ловли рыбы и добычи морского зверя. Вся их жизнь была неразрывно связана с морем. Поэтому и название они получили — поморы, то есть люди, живущие морем. Поморы говорили: «Наше поле — это море». Разнообразие поморских промыслов поражает. Солеварение, рыболовство, охота на морского зверя, терский жемчуг доставлялся в Царские палаты и на Патриарший двор. Он отличался высоким качеством и

разнообразием цвета. В 1867 году уникальная коллекция варзужского жемчуга получила признание на Всемирной выставке в Париже.

К сожалению, сейчас эта традиция утеряна. Жемчуг рождается только в реках с чистой водой, где водится форель. В связи с загрязнением форелевых рек, жемчуг больше не водится в Кольских реках.

Долгие годы Русский Север был прибежищем свободных людей. Поморы сохранили свой свободолюбивый характер и бытовые обычаи, делающие их непохожими на жителей других регионов России. Поморье, в отличие от остальной страны, не знало монголо-татарского ига и крепостного права, поэтому менталитет его жителей всегда отличался гордостью и независимостью. Кроме своего языка, поморы всегда отличались особой честностью: на Севере дома не запирали, никто ни у кого не воровал. Поморы оказались главными хранителями не только древнего русского языка и фольклора. Так же они сохранили традиции и обычаи.

Умба, Варзуга, Кузомень – древнейшие поморские селения Терского берега. Первые упоминания о них датируются пятнадцатым веком. В селах сохраняется атмосфера самобытной истории поморских поселений: здесь можно увидеть и традиционные поморские дома, дощатые мостовые, старые лодочные сараи и склады. Особенности географического положения, истории и быта сформировали уникальную культуру Поморья, которая постепенно вытесняется цивилизацией.

### **Современное состояние туризма на Кольском полуострове**

Одна из основных точек притяжения Кольского полуострова – город Кировск. Кировск – идеальный выбор для путешественников – созерцателей и любителей активного отдыха. Город расположен в Мурманской области на живописном берегу озера большой Вудъявр у подножия Хибин – крупнейшего горного массива Кольского полуострова [4, 8].

Кировск один из старейших горнолыжных курортов России. Самый высокогорный курорт на Северо-Западе России, который способен удивить самого требовательного гостя! «Большой Вудъявр» – это 30 километров разнообразных горнолыжных трасс на любой уровень катания, великолепный «вельвет», уникальный ресторанный комплекс «Плато» – построен на высоте 820 метров над уровнем моря.

Подняться по канатной дороге к живописным местам Хибин можно даже летом – посетить комплекс «Плато», полюбоваться панорамой гор и Кировска, совершить горную прогулку по интересным пешим маршрутам [4, 8].

Летние экскурсии в Хибин на автомобилях, туры с сап – бордами, горный велотуризм, маршруты на квадроциклах, джип – туры, научно–познавательный, экологический и горный туризм, рыболовные туры, трейлранинг, охота на северное сияние и многое другое. Лето и осень – идеальное время для «тихой охоты», чтобы побаловать себя дарами северной природы.

Парк «Таинственный лес – художественный проект, который гармонично вписан в естественный ландшафт. Красоту природы Хибин подчеркивает оригинальная иллюминация, необычное звуковое и музыкальное сопровождение.

Экскурсионно-туристический центр «Снежная деревня» – уникальный проект с богатой историей. Мастера возводят более 20 удивительных по красоте залов со снежными узорами, экспозициями и ледяными скульптурами. Все комнаты оформлены в единой тематике, которая ежегодно меняется.

Посетив Этническую деревню в 33 км от г. Кировска, вы отправитесь в увлекательное путешествие в историческое прошлое коренных малочисленных народов Севера.

В окрестностях города Кировска, в котором туристы могут не только погулять по ледяному замку и увидеть снежные фигуры, но и посетить музейно – выставочный центр «Апатит». Гордость музея – богатая коллекция минералов Хибинских тундр, Кольского полуострова и всего мира. Самых любознательных ждет захватывающее путешествие из недр Земли в атмосферу. Здесь буквально можно прикоснуться к истории края, города и его жителей. Совершить путешествие помогут уникальные экспонаты и редкие документы.



Где на Крайнем Севере можно увидеть пальмы, инжир и земляничное дерево? Только в самом северном ботаническом саду России. В его оранжереях собрано более 700 видов растений из пустынь, тропиков и субтропиков.

Несмотря на то, что данные объекты не предназначены для массового туризма, они качественно влияют на развитие всей туристской индустрии. Их уникальность позволяет привлекать новых туристов в Мурманскую область и конкурировать на межрегиональных рынках туристических.

Но, несмотря на такую популярность курорта со стороны россиян и зарубежных граждан, проблем в Хибинах много.

Во-первых, вся южная часть гор превращена в сплошную промышленную зону. Горный массив «украшают» карьеры, свалки, ТЭЦ, отвалы, химические комбинаты и многое другое.

Во-вторых, в Хибинах наблюдаются большие потоки неорганизованных туристов, которые в большинстве случаев наносят значительный урон: оставляют мусор, вырубают деревья, иногда даже по их вине возникают пожары.

Существует и еще одна очень серьезная проблема, которая может принести неисправимый ущерб всему Хибинскому массиву – существование одновременно двух проектов на одной территории «Национальный парк Хибин» и «Разработка месторождения Партомчорр в северной части Хибин».

### **Развитие инфраструктуры**

Для успешного рекреационного развития региона необходима грамотная инфраструктурная база. На данный момент Мурманская область активно работает над улучшением транспортной инфраструктуры, включая дороги, аэропорты и гостиницы [5].

Открытие новых туристических маршрутов, создание условий для комфортного проживания и питания, а также развитие конкурентоспособных туристических продуктов - все это станет залогом привлекательности региона для туристов.

Привлечение инвестиций - ключевой фактор для роста рекреационного сектора в Мурманской области. Государственные программы могут помочь в создании устойчивой базы для бизнеса, однако частный сектор также играет важную роль. Сотрудничество между правительством и бизнесом позволит создавать новые туристические продукты, заказывая услуги у местных жителей и малых предприятий.

По прогнозам прирост количества внутренних поездок к 2035 г. составит не менее 544,1 тыс. Наиболее используемым видом транспорта в точке входа станет железная дорога. «Любители природы» и «исследователи культуры» внесут наибольший вклад в бюджет региона. Прирост количества въездных поездок к 2035 г. составит не менее 10,1 тыс.

Согласно прогнозируемому приросту количества туристических поездок по реалистичному сценарию общий объем инвестиций в реализацию мероприятий составит 173,8 млрд руб.

Источники финансирования:

30% федеральные

44% региональные.

26% внебюджетные.

Экологические и культурные инициативы, такие как экологическое сознание и защита окружающей среды, могут стать основой для привлечения ответственных туристов, что, в свою очередь, создаст устойчивый рост сектора.

Таким образом, можно отметить, что Мурманская область обладает хорошими перспективами развития активных видов туризма. Но для успешного развития этой индустрии в рамках рыночных условий необходима координация деятельности туристских фирм, региональных и муниципальных органов управления, разработка долгосрочной программы развития туризма в Мурманской области [3].

### **Заключение**

Перспективы рекреационного развития Мурманской области выглядят многообещающе благодаря уникальным природным ресурсам, растущей инфраструктуре и культурному наследию. Однако для достижения этих целей необходимо сосредоточиться на устойчивом развитии,



сохранении природы и вовлечении местного населения. Правильное сочетание государственных инициатив, частных инвестиций и активного участия сообществ создаст основу для успешного рекреационного развития региона на многие годы вперед.

#### Список источников:

1. Гусева Н.А. Туризм в Мурманской области: проблемы и перспективы. — Мурманск: Изд-во Мурманского госуниверситета, 2020. — 150 с.
2. Косарева Л.В. Влияние цифровых технологий на развитие туризма в Мурманской области // Туризм и культура. — 2018. — Т. 3. — № 1. — С. 31-38.
3. Михайлова Д.А. Культурные и природные ресурсы как основа для развития туристической инфраструктуры в Мурманской области // Proceedings of the International Conference on Tourism Development. — Мурманск: Мурманский институт бизнеса, 2022. — С. 78-84.
4. Муниципальная программа от 27.01.2021 № 112 «Развитие экономического потенциала муниципального образования город Кировск» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://kirovsk.ru/files/npa/adm/2021/0112/pril\\_post.pdf](https://kirovsk.ru/files/npa/adm/2021/0112/pril_post.pdf) (дата обращения: 10.06.2024).
5. Об утверждении стратегии развития туристско-рекреационного кластера Мурманской области на 2021-2025 годы от 15.04.2021 № 72-РП [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://murmanccluster.ru/upload/photo/стратегия%20развития%20ТРК%202021-2025.pdf> (дата обращения: 10.06.2024).
6. Особо охраняемые природные территории Мурманской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://oort-murman.ru/> (дата обращения: 10.06.2024).
7. Павлов В.И. Экологический туризм как фактор устойчивого развития региона // Вестник Мурманского университета. — 2019. — № 1. — С. 45-54.
8. Сайт ООО «Большой Вудъявр» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bigwood.ru/hotel/> (дата обращения: 10.06.2024).
9. Терентьева Е.С. Современные тенденции в развитии туристического потенциала Арктического региона России // Арктический вестник. — 2021. — № 2. — С. 12-19.
10. Фролов А.Н. Анализ рынка туристических услуг в Мурманской области: вызовы и возможности // Научные исследования Мурманской области. — 2023. — № 4. — С. 67-73.
11. Шевченко Т.П. Туристско-рекреационные ресурсы Заполярья: состояние и перспективы. — Архангельск: Изд-во Северного федерального университета, 2021. — 120 с.

## ОСОБЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ КАК ОБЪЕКТ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

**Богатырева Л.Г.**, доцент кафедры сервиса и туризма, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, канд. филос. наук, mila\_nki@mail.ru

**Аннотация.** В работе представлен авторский подход к моделированию мультипликативного эффекта туризма на основе рассмотрения всех форм и типов особых экономических зон, как объектов туристической индустрии. Рассмотрение особых экономических зон как объекта туристической индустрии основывается на том факте, что в современных условиях туризм, как вид экономической деятельности приобрел специфические формы, в частности промышленный и экологический туризм, что позволяет утверждать о динамичном расширении туристической сферы и наличии стабильной перспективы ее развития.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая инфраструктура, туристическая индустрия, особые экономические зоны, территории опережающего социально-экономического развития, оценка эффективности функционирования особых экономических зон.

## SPECIAL ECONOMIC ZONES AS AN OBJECT OF THE TOURISM INDUSTRY

**Bogatyreva L.G.**, Associate Professor, Department of Service and Tourism, Lobachevsky Nizhny Novgorod State University, Candidate of Philosophic Sciences

**Abstract.** The paper presents the author's approach to modeling the multiplicative effect of tourism based on the consideration of all forms and types of special economic zones as objects of the tourism industry. Consideration of special economic zones as an object of the tourism industry is based on the fact that in modern conditions tourism as a type of economic activity has acquired specific forms, in particular, industrial and ecological tourism, which allows us to assert the dynamic expansion of the tourism sphere and the presence of a stable perspective of its development.

**Keywords:** tourism, tourism infrastructure, tourism industry, special economic zones, territories of advanced socio-economic development, assessment of the efficiency of special economic zones functioning.

Одним из наиболее действенных инструментов для увеличения инвестиционной привлекательности регионов в настоящее время являются территории с особым экономическим статусом, такие как особые экономические зоны (ОЭЗ) и территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР, ТОР).

Многие ученые и практикующие специалисты активно изучают вопросы функционирования и будущего развития этих территорий [1, 2, 3, 4, 6]. Однако, некоторые аспекты улучшения развития таких территорий, в частности разработка методики оценки эффективности функционирования территорий опережающего развития, требуют научного обоснования и дальнейшего изучения.

Создание особых преференциальных территорий внутри страны с развитой производственно-логистической инфраструктурой и предоставление различных налоговых, таможенных и административных льгот для привлечения инвесторов является распространенной практикой. Такие зоны учреждаются по инициативе органов государственной власти и направлены на стимулирование социально-экономического развития регионов и поддержку приоритетных отраслей производственной сферы.

Создание особых преференциальных территорий не только способствует увеличению внутреннего производственно-технологического потенциала регионов, но и оказывает положительное влияние на улучшение уровня и качества жизни населения, что связано, в частности, с созданием новых рабочих мест. Кроме того, специальный экономический режим

функционирования особых территорий создает широкие возможности для привлечения отечественных и иностранных инвестиций, в частности за счет существенной экономии на налоговых выплатах

По данным [5] В России функционируют 53 ОЭЗ (34 промышленно-производственных, 7 технико-внедренческих, 10 туристско-рекреационных и 2 портовые). За 19 лет работы в ОЭЗ зарегистрировано 1208 резидентов, из которых более 109 компаний с участием иностранного капитала из 33 стран. За эти годы общий объем заявленных инвестиций составил порядка 6,3 трлн рублей, вложенных инвестиций – более 1,8 трлн рублей, было создано более 83 тыс. рабочих мест (заявлено к созданию 155 тыс. рабочих мест), уплачено порядка 465 млрд рублей налоговых платежей, таможенных отчислений и страховых взносов.

Статистика показателей результативности функционирования особых экономических зон представлена на сайте Министерства экономического развития РФ [5] в формате отчетов о результатах функционирования особых экономических зон за определенный год, и за период с начала функционирования особых экономических зон (таблица 1).

Таблица 1

Динамика числа ОЭЗ на территории РФ по типам (по состоянию на 1 июля соответствующего года)

| Тип ОЭЗ                                           | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| ОЭЗ промышленно-производственного типа (ППТ)      | 10   | 9    | 10   | 15   | 19   | 25   | 25   |
| ОЭЗ технико-внедренческого типа (далее – ОЭЗ ТВТ) | 6    | 6    | 6    | 7    | 7    | 7    | 7    |
| ОЭЗ туристско-рекреационного типа (ТРТ)           | 9    | 9    | 9    | 10   | 10   | 10   | 10   |
| Портовые ОЭЗ (ПОЭЗ)                               | 1    | 1    | 1    | 1    | 2    | 2    | 2    |
| Всего                                             | 26   | 25   | 26   | 33   | 38   | 44   | 44   |

Статистические данные показывают, что число ОЭЗ туристско-рекреационного типа оставалось стабильным в период с 2017 по 2019 год (9 зон) и в период с 2020 по 2023 (10 зон).

Создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа представляет собой крупнейший инвестиционный туристский проект в России и является решением крупномасштабной задачи развития туризма в России на новой организационной и технологической основе. Это способствует развитию современной индустрии туризма в России и существенно влияет на экономический профиль регионов, в которых планируется создавать эти зоны. В связи с этим количественная оценка вклада туризма в экономику субъекта Российской Федерации представляется исключительно важной для обоснования необходимости направления государственных и частных инвестиций в сферу туризма. Особое значение такая оценка приобретает с учетом значительного мультипликативного эффекта туризма, стимулирующего развитие смежных отраслей экономики и повышение занятости населения региона [8].

В настоящее время в России уделяется большое внимание разработке методики оценки мультипликативного эффекта развития индустрии туризма и гостеприимства.

Поскольку данная отрасль экономики представляет собой одну из приоритетных отраслей, требующую развития и перспективных во многих аспектах, необходимо провести оценку экономической эффективности ее развития, то есть определить ее влияние (в количественном выражении) на национальную экономику [7].

Мультипликаторы в экономике - это концепция, которая объясняет, как изменения в одном экономическом показателе могут привести к более значительным изменениям в других показателях. Этот феномен часто используется для анализа влияния государственных расходов, налогов и инвестиций на общий уровень экономической активности.

#### Основные типы мультипликаторов

Мультипликатор государственных расходов. Этот мультипликатор показывает, как увеличение государственных расходов может привести к более значительному увеличению совокупного выпуска (ВВП). Например, если правительство увеличивает расходы на

инфраструктуру, это может создать новые рабочие места, увеличить доходы домохозяйств и, в конечном итоге, стимулировать потребительские расходы.

**Мультипликатор налогов.** Изменения в налоговой политике также могут иметь мультипликативный эффект. Снижение налогов может увеличить располагаемый доход домохозяйств, что, в свою очередь, может стимулировать потребительские расходы и инвестиции. Однако это также может привести к увеличению государственного долга, если не будет компенсировано сокращением расходов или увеличением других доходов.

**Инвестиционный мультипликатор.** Увеличение частных инвестиций может также иметь мультипликативный эффект. Когда компании инвестируют в новые проекты или технологии, это может привести к увеличению производительности, созданию новых рабочих мест и росту доходов.

**Туристический мультипликатор** — это экономическая концепция, которая описывает, как расходы туристов могут оказывать значительное влияние на экономику региона. Этот эффект проявляется в том, что первоначальные расходы туристов приводят к увеличению доходов местных жителей и бизнеса, что, в свою очередь, стимулирует дополнительные расходы и инвестиции. Понимание туристического мультипликатора важно для разработки эффективной туристической политики и стратегий развития регионов.

Туристический мультипликатор работает через цепную реакцию, которая начинается с первоначальных расходов туристов на товары и услуги. Эти расходы включают в себя оплату проживания, питания, транспорта, развлечений и сувениров. Деньги, потраченные туристами, поступают к местным предприятиям и их сотрудникам, что увеличивает их доходы. В результате местные жители и бизнесы могут увеличить свои собственные расходы, что создает дополнительный спрос на товары и услуги в регионе.

На величину туристического мультипликатора оказывают влияние следующие факторы:

1. Продолжительность пребывания туристов. Чем дольше туристы остаются в регионе, тем больше они тратят денег, что увеличивает мультипликативный эффект. Продолжительные визиты способствуют более значительному экономическому вкладу.
2. Тип туристических услуг. Разнообразие и качество туристических услуг могут влиять на величину мультипликатора. Например, развитая инфраструктура и высокий уровень сервиса могут привлекать больше туристов и стимулировать их расходы.
3. Местная экономика. Уровень развития местной экономики также играет важную роль. В регионах с развитой экономикой и высоким уровнем доходов местных жителей мультипликативный эффект может быть выше, так как дополнительные доходы быстрее реинвестируются в местную экономику.
4. Сезонность. Сезонные колебания в туристическом потоке могут влиять на мультипликатор. В высокий сезон туристический мультипликатор может быть выше из-за увеличения числа туристов и их расходов.

В соответствии с рекомендациями Статистической комиссии ООН, мультипликативный эффект туризма в более чем 60 странах мира оценивается с помощью спутниковых счетов. Эти счета позволяют рассчитать долю туризма в ВВП, занятости, инвестициях и доходах бюджета. Спутниковые счета представляют собой набор статистических показателей, предназначенных для детального анализа конкретных экономических проблем.

Показатели спутниковых счетов обычно методологически согласованы с другими показателями системы национальных счетов. Однако, при необходимости, допускаются некоторые отклонения от общих стандартных подходов, касающиеся в основном отраслевых классификаций, расширения границ статистических измерений и условных поправок к стандартным макроэкономическим показателям.

Спутниковые счета туризма предполагают глубокое изучение туризма как экономического феномена, рассматривая его, прежде всего, как источник дополнительного спроса на товары и услуги. Этот спрос стимулирует экономический рост в отраслях, характерных для туризма. Аспекты, такие как увеличение доходов государства, создание новых рабочих мест и инвестиции, также отражаются в показателях спутниковых счетов туризма.

Методологией спутниковых счетов рекомендуется также проводить расчет дополнительных макроэкономических показателей:

- занятость, обусловленная туризмом;
- инвестиции в основные средства (валовое накопление);
- туристское коллективное потребление (нерыночные услуги правительства);
- совокупный туристский спрос. Из этих показателей только первый имеет достаточное

методологическое подкрепление, методология расчета остальных находится в стадии формирования.

В период с 2013 по 2014 годы Ростуризм активно анонсировал внедрение спутниковых счетов в статистику туризма России. Однако до сих пор оценка туристической деятельности в стране осуществляется с помощью следующих методов: анализ данных коллективных средств размещения, анализ данных санаторно-курортных организаций, статистика туристических организаций, а также количественная оценка поездок населения и объема трат в рамках внутреннего туризма.

Единственным действительно эффективным инструментом является внедрение агрегированного классификатора экономической деятельности «Туризм», который фиксирует экспорт и импорт туристических услуг. Это позволяет оценить прямой вклад туризма в ВВП. Тем не менее, остается острая необходимость в расчете мультипликаторов от туристической деятельности для более полного понимания ее экономического воздействия.

В зарубежной практике выделяют несколько вариантов туристических мультипликаторов. Первый из них - экономический мультипликатор, который является наиболее простым и представляет собой мультипликатор экспорта. В этой модели экономика делится на два сектора: экспортный, ориентированный на внешние рынки, и локальный, ориентированный на внутренние или местные рынки. Основной экономической переменной в этой модели является занятость. Рост занятости в экспортном секторе стимулирует региональное расширение, что, в свою очередь, увеличивает занятость во внутреннем секторе за счет роста внутреннего рынка и увеличения населения через иммиграцию. Таким образом, общая занятость увеличивается больше, чем начальный рост занятости в экспортном секторе, и мультипликатор экспорта представляет собой отношение между общим увеличением региональной занятости и начальным ростом в экспортном секторе. Применение этой модели в туризме требует оценки дополнительной занятости, создаваемой за счет развития туристической отрасли.

Второй вид - мультипликатор расходов (доходов). В этом случае ключевой экономической переменной является совокупный региональный продукт или доход, который определяется конечными расходами туристов на товары и услуги. В контексте туризма как экспортной индустрии автономное изменение в конечных расходах происходит за счет увеличения расходов туристов, что эквивалентно увеличению экспорта, или за счет увеличения инвестиций, финансируемых из других регионов (иностранные инвестиции). Мультипликатор расходов представляет собой отношение между автономным увеличением экспорта и/или инвестиций и увеличением регионального продукта или дохода. Этот мультипликатор рассчитывается в туристической отрасли, аналогично мультипликатору международной торговли в макроэкономике.

Исходя из международного опыта и практики сбора статистических данных по туризму в России, можно выделить следующие общие проблемы.

Расширение набора показателей. Необходимо расширить статистические данные о посещениях определенных территорий, таких как природные заповедники и сельские районы. В России посещения фиксируются только гостиницами с вместимостью от 50 мест, что не позволяет учитывать размещение в палатках, кемпингах и других некапитальных объектах.

Опросы и интервью. Важным показателем могут стать опросы и интервью для определения структуры затрат туристов. Это поможет понять спрос на определенной территории. Возможно использование обезличенных банковских данных для решения этой задачи.

Единая методология опросов. Необходимо разработать единую методологию проведения опросов и интервью для статистического учета на природных и сельских территориях.

Интегрированный финансовый результат. Организации, участвующие в туристическом кластере, должны разработать единую методику определения интегрированного финансового



результата. Это позволит выявить мультипликативный эффект всего туристического кластера. Мотивацией может служить предоставление государственных субсидий на развитие туристического кластера.

Промежуточное потребление. Важно разработать методику определения структуры промежуточного потребления организаций, входящих в кластер. Это поможет уточнить технологические коэффициенты, обеспечивающие внутреннее производство в регионе.

Основой для расчетов мультипликативного эффекта туризма, по нашему мнению, может являться, в том числе, система показателей оценки эффективности функционирования особых экономических зон, в частности туристско-рекреационного типа.

Данный тезис позволяет сформулировать следующие утверждения:

- туризм, прежде всего внутренний, является динамично развивающимся видом экономической деятельности, формирующим существенные по величине денежные потоки, движение которых оказывает влияние на состояние экономики в региональном разрезе;

- в настоящее время активно развиваются специфические формы туризма, в частности промышленный и экологический туризм;

- развитие промышленного и экологического туризма может быть направлено на использование особых экономических зон как объектов туристической инфраструктуры, при этом, к объектам туристической инфраструктуры следует отнести все типы и формы ОЭЗ, а не только туристско- рекреационные;

- рассмотрение всех типов и форм особых экономических зон как объектов туристической индустрии объективно обосновывает необходимость рассмотрения оценки их эффективности на основе дополнительных показателей, не включенных на данный момент в нормативно-правовые акты (Правила оценки эффективности функционирования ОЭЗ, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 7 июля 2016 г. № 643).

#### Список источников:

1. Загоруйко И.Ю. Современные тенденции развития территорий опережающего социально-экономического развития / И.Ю. Загоруйко // Экономика и предпринимательство. — 2018. — № 7 (96). — С. 422-425.
2. Зельднер А.Г. Государственные преференции привлечения инвестиций в развитие территорий опережающего социально-экономического развития / А.Г. Зельднер // Вопросы экономики и права. — 2018. — № 6 (120). — С. 79-84.
3. Латкин А.П. Инновационный подход к оценке эффективности функционирования территорий особого экономического статуса на Дальнем Востоке / А.П. Латкин, Е.В. Харченкова // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2019. — Т. 8. — № 1(26). — С. 381-384.
4. Левкин Н.В., Ларченко О.В. Вклад человеческого капитала в развитие территорий опережающего социально-экономического развития // Теория и практика общественного развития. — 2018. — № 8 (126). — С. 76-80.
5. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe\\_razvitie/instrumenty\\_razvitiya\\_territoriy/tor/?page](https://economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/tor/?page) (дата обращения: 25.03.2025).
6. Ризов А.Д. Развитие ТОСЭР в границах старопромышленных моногородов / А.Д. Ризов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. — 2018. — № 2. — С. 133-138.
7. Сорокина, О. Н. Зарубежный опыт оценки мультипликативного эффекта развития туризма / О. Н. Сорокина // Сервис в России и за рубежом. — 2010. — № 3(18). — С. 127-132.
8. Татаринов, А. А. Механизм особых экономических зон как средство реализации региональных инвестиционных проектов в туризме / А. А. Татаринов, Д. В. Герун // Региональная экономика: теория и практика. — 2009. — № 27. — С. 16-21.

## АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА «ГОРНАЯ ШОРИЯ. К ДЕТЯМ ТАЙГИ» КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССА

**Брель О.А.**, заведующий кафедрой геологии и географии, Кемеровский государственный университет, д-р пед. наук, доцент, *brel\_o\_a@mail.ru*

**Кайзер Ф.Ю.**, доцент кафедры геологии географии, Кемеровский государственный университет, канд. геогр. наук, *filipp.kaizer@yandex.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу национального туристского маршрута по Кемеровской области «Горная Шория. К детям тайги», который входит в перечень национальных туристских маршрутов России. Маршрут представляет собой уникальное аутентичное путешествие по югу Кузбасса, позволяющее туристам совместить единение с уникальной природой горной тайги и погружение в быт, культуру и традиции коренных народов региона. Авторами проведен аналитический обзор маршрута, в ходе которого выявлены сильные, слабые стороны, угрозы, потенциал и перспективы дальнейшего развития маршрута. По результатам SWOT-анализа предложены практические рекомендации по сглаживанию слабых сторон и угроз, усилению преимуществ и реализации обозначенных возможностей маршрута, которые будут способствовать повышению его привлекательности и популярности.

**Ключевые слова:** национальный туристский маршрут, Кузбасс, Горная Шория, этнокультурный туризм, коренные малочисленные народы, SWOT-анализ.

## ANALYSIS OF THE NATIONAL TOURIST ROUTE «GORNAYA SHORIA. TO THE CHILDREN OF THE TAIGA» KEMEROVO REGION – KUZBASS

**Brel O.A.**, Head of the Department of Geology and Geography, Kemerovo State University, Doctor of Pedagogic Sciences, Associate Professor

**Kaizer Ph.Yu.**, Associate Professor, Department of Geology and Geography, Kemerovo State University, Candidate of Geographic Sciences

**Annotation.** The article is devoted to the analysis of the national tourist route in the Kemerovo region «Gornaya Shoriya. To the children of the Taiga», which is included in the list of national tourist routes of Russia. The route is a unique authentic journey through the south of Kuzbass, allowing tourists to combine unity with the unique nature of the mountain taiga and immersion in the way of life, culture and traditions of the indigenous peoples of the region. The authors conducted an analytical review of the route, which revealed the strengths, weaknesses, threats, potential and prospects for further development of the route. Based on the results of the SWOT analysis, practical recommendations are proposed for smoothing out weaknesses and threats, strengthening the advantages and implementing the identified opportunities of the route, which will help to increase its attractiveness and popularity.

**Keywords:** national tourist route, Kuzbass, Gornaya Shoria, ethnocultural tourism, indigenous peoples, SWOT analysis.

Одним из приоритетов социально-экономического развития Российской Федерации на современном этапе является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в стране за счет создания и продвижения качественных конкурентоспособных на туристском рынке туристских продуктов, что закреплено в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [4]. Одним из механизмов продвижения качественных турпродуктов являются национальные туристские маршруты, основной задачей которых является создание доступных, комфортных и безопасных путешествий по России.

Кемеровская область – Кузбасс – промышленно развитый регион с интересной историей освоения, неповторимой природой, уникальными культурно-историческими и природными объектами и замечательными гостеприимными людьми.

Если рассматривать Кузбасс как туристский регион, то он ассоциируется, прежде всего, с горнолыжным туризмом. И на самом деле, около 70% туристов, приезжающих в Кузбасс – горнолыжники и сноубордисты, которые посещают знаменитый Шерегеш, а также другие горнолыжные курорты региона – Горную Салангу, Танай, Югус и др. Но помимо горнолыжных объектов в Кузбассе есть чем удивить туристов и зимой, и летом. Туристы, приезжающие в Кузбасс и желающие получить в рамках одной поездки всю палитру впечатлений, могут стать участниками комбинированных многодневных туров.

В регионе действует несколько туристских маршрутов, позволяющих познакомиться с промышленной историей Кузбасса, его национальными и региональными особенностями, побывать в настоящей сибирской тайге, подняться в горы, увидеть водопады и высокогорные озера, сплавиться по чистейшим горным рекам, попробовать местные специалитеты и т.д. Два из этих маршрутов внесены в реестр национальных туристических маршрутов, это – «Кузбасс – огонь в сердце» и «Горная Шория. К детям тайги» [2]. Авторами подробно изучены и проанализированы оба маршрута, первому посвящено отдельное исследование [1].

В настоящей статье представлен подробный аналитический обзор национального туристского маршрута «Горная Шория. К детям тайги». Главная идея маршрута заключается в погружении туристов, воспринимающих Кузбасс, прежде всего, как промышленный регион, в совершенно другое туристское пространство, в аутентичную среду, наполненную духом гор, тайнами природы и живущими в единстве с ней коренными народами Горной Шории. Национальный туристский маршрут уникален не только своей этнической составляющей, но и полным погружением туристов в мир настоящей сибирской тайги. Программа тура не только знакомит гостей с самыми сокровенными местами уникальной горной страны, достопримечательностями территории, погружает участников в неповторимую атмосферу единения с природой, но и позволяет приобщиться к культуре, быту и традициям коренных народов – шорцев.

Маршрут разработан туроператором ТК «Шория» (ООО «Эгида») и в 2023 году Министерством экономического развития РФ включен в перечень национальных туристских маршрутов России [4, 3].

Маршрут имеет два варианта реализации – летний и зимний и рассчитан на 6-8 дней в зависимости от программы тура. Авторами представлен более популярный у туристов и доступный по пространственно-временным затратам шестидневный тур. Маршрут проходит по территории Кемеровской области – Кузбасса, по следующим основным пунктам: г. Новокузнецк – г. Таштагол – п. Усть-Кабырза – п. Усть-Анзас – п. Шерегеш (рис. 1).

*Первый день (Новокузнецк – Таштагол).* Отправной точкой маршрута является Новокузнецк, откуда туристы на автобусе или электричке следуют в Таштагол. Здесь туристов встречает символ города и всей Горной Шории – монумент «Золотая Шория» на набережной реки Кондома, отражающий в своем исполнении связь настоящего этой территории с ее далеким прошлым. Гостям предлагают посетить музей этнографии и культуры Горной Шории – единственный в России музей, часть экспозиций которого полностью посвящена культуре коренного малочисленного народа – шорцев. Кроме того, гости смогут поучаствовать в этнокультурном вечере, обязательной составляющей которого является ужин по-шорски под выступление представителей коренного народа, и мастер-классы по игре на национальном инструменте тебир-комусе, приготовлению авторского чая из местных трав и изготовлению оберегов.



Рис. 1. Картограмма национального туристского маршрута «Горная Шория. К детям тайги»

Источник: составлено авторами

*Второй день (Таштагол – Усть-Кабырза)* – один из самых насыщенных в программе тура. Гости еще глубже погружаются в самобытность шорской культуры с участием в шаманских обрядах и знакомством со знаковыми местами Горной Шории. В этот день они посещают:

- тенгрианский храм, где участвуют в обрядах очищения, кормления духа Огня, загадывания желаний у священной березы и др.;
- старейший поселок Усть-Кабырза, славящийся не только своей знаменитой метеостанцией, но и раскопками захоронений кабырзинской принцессы, поселений бронзового века, поселка древних металлургов;
- музейный комплекс «Трехречье» с мемориальной экспозицией, посвященной узникам сталинских репрессий;
- Шорский национальный парк (сплав по горной реке Мрассу на лодках) с его уникальной природой и достопримечательностями (скала «Царские ворота», каменная арка «Пьющий слон», водопад «Сага», пещеры и т.д.);

Изюминкой программы этого дня является посещение легендарной Азасской пещеры в поисках Йети на территории Шорского национального парка. Также туристам по возвращению в Таштагол предоставляется уникальная возможность пообщаться и получить мастер-класс от шорской художницы Любви Арбачаковой – одной из ярких представительниц шорцев, хранящей традиции своего народа и транслирующей их через свое творчество.

В *третий день (Таштагол/Усть-Кабырза – Усть-Анзас)* туристы погружаются в тайны сибирской горной тайги в удаленном от благ цивилизации шорском поселке с 300-летней историей – Усть-Анзасе, с его уникальными людьми и таинственными местами силы (священная гора шорцев Айган). Попасть сюда можно либо на вертолете из Таштагола, либо на катере, моторной лодке из Усть-Кабырзы по реке Мрассу. Туристы посещают музей шорской культуры «Тазгол», участвуют в традиционных народных промыслах: добыче кедрового ореха, кузнечном и гончарном деле, общаются с местным населением и др.

*Четвертый и пятый дни (Шерегеш).* Туристы посещают знаменитый горнолыжный курорт «Шерегеш», где в любое время года есть чем заняться. Зимой гостям предлагается подняться на канатной дороге на гору Зеленая (Каритшал), где открываются захватывающие панорамные виды, дальше дойти до гранитных останцев «Верблюды», которым более 350 млн лет. Этот же путь можно



преодолеть и во время экскурсии на снегоходах (на выбор гостей). Желаящим предоставляется время покататься на горных лыжах, сноубордах, плюшках, погулять с хаски, покататься на собачьих упряжках. В теплое время года действует экскурсия «К вершине Горной Шории», в виде легкого трекинга лесными тропами через четыре высотных пояса к массиву Мустаг (часть маршрута можно преодолеть на канатной дороге). Летом также предлагается общение с хаски и догтрекинг с фотосессией на фоне живописных пейзажей. В любое время года у гостей есть возможность попариться в бане (есть варианты русской и японской, в зависимости от времени года и предпочтений туристов), отведать таежные деликатесы и местные специалитеты в кафе и ресторанах Шерегеша.

На *шестой день (Шерегеш – Новокузнецк)* туристы возвращаются в Новокузнецк и отправляются в аэропорт имени Бориса Воынова, либо на железнодорожный или автовокзал.

В целом, программа маршрута рассчитана на туристов возрастной категории 12+, готовых сочетать в своем отдыхе комфортные условия горнолыжного курорта Шерегеш с выездом в таежную глубинку и погружением в быт и культуру коренного малочисленного народа Кузбасса.

Для оценки современного состояния и перспектив развития национального туристского маршрута «Горная Шория. К детям тайги», авторами проведен SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице.

Таблица 1. SWOT-анализ национального туристского маршрута «Горная Шория. К детям тайги»

| <b>Сильные стороны (S)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Слабые стороны (W)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- уникальная аутентичная программа маршрута;</li> <li>- интеграция культурно-исторической и природной составляющей в программе тура, что расширяет категорию потребителей турпродукта;</li> <li>- вариативность и кастомизация маршрута, как в соответствии с сезонами года, так и программой путешествия и запросами туристов;</li> <li>- создание и реализация новых туристских услуг на маршруте;</li> <li>- повышение разнообразия экскурсионных услуг, разработка обзорных и трансфертных экскурсий на маршруте;</li> <li>- развитие этнокультурного, индигенного и гастрономического туризма в регионе;</li> <li>- большой выбор сувенирной продукции маршрута;</li> <li>- участие представителей коренных малочисленных народов Горной Шории (шорцев) в реализации этнокультурной программы маршрута и развитии туризма;</li> <li>- приобщение туристов к самобытной культуре шорского народа (участие в этнических программах, мастер-классах по приготовлению национальных блюд, игре на шорских музыкальных инструментах и т.д.);</li> <li>- знакомство с территорией через носителей шорской культуры;</li> <li>- возможность посещения одного из крупнейших национальных парков России – Шорского и др.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- существенные пространственно-временные и финансовые затраты для туристов;</li> <li>- недостаток программ лояльности для туристов из Кузбасса;</li> <li>- узкая специализация и «нишевость» этнокультурной программы маршрута, сложность прогнозирования массовости турпотока;</li> <li>- низкое качество дорог на отдельных участках маршрута, слабая транспортная логистика в удаленных пунктах маршрута;</li> <li>- резко меняющиеся погодные условия на маршруте и сейсмическая активность территории;</li> <li>- низкое качество, а на отдельных сегментах маршрута отсутствие, поддерживающей инфраструктуры;</li> <li>- слабое продвижение маршрута, недостаток рекламы и других маркетинговых мероприятий;</li> <li>- отсутствие фирменного стиля и визуализации туристского маршрута;</li> <li>- конфликтные ситуации шорцев с туристами из-за их неуважительного отношения к сакральным местам и традициям коренного народа;</li> <li>- низкое качество мобильной связи и интернета в удаленных сегментах маршрута;</li> <li>- недостаток квалифицированных гидов-экскурсоводов и обслуживающего персонала на отдельных участках маршрута (за исключением Шерегеша) и др.</li> </ul> |
| <b>Возможности (O)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Угрозы (T)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- «эталонный» турпродукт с концепцией осознанного ответственного этно- и природоориентированного туризма;</li> <li>- дальнейшее повышение разнообразия и качества туристских услуг;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение стоимости всего тура из-за роста цен на туристские услуги на его отдельном сегменте – ГК «Шерегеш»;</li> <li>- высокая конкуренция среди других туристских направлений и продуктов, и с другими туристскими маршрутами этнокультурной направленности;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка путеводителей, системы навигации, мобильных приложений, картографического сопровождения маршрута;</li> <li>- сохранение культурного наследия и устойчивого развития территории традиционного природопользования коренных народов – шорцев;</li> <li>- финансовая поддержка региона федеральным центром в целях снижения финансовой нагрузки туроператоров при реализации маршрута;</li> <li>- решение инфраструктурных и логистических проблем на маршруте;</li> <li>- ускорение строительства аэропорта в Шерегеше для увеличения туристского потока, а, следовательно, и потенциальных потребителей данного турпродукта;</li> <li>- дальнейшее более детальное исследование туристско-рекреационного потенциала Горной Шории для создания у гостей целостности впечатлений и образа территории, не ограничивая ее восприятие только Шерегешем;</li> <li>- подготовка конкурентоспособных специалистов, работающих на маршруте и способствующих его продвижению на туристском рынке;</li> <li>- привлечение большего количества федеральных туроператоров для продвижения маршрута и повышения качества турпродукта;</li> <li>- повышение уровня занятости местного населения;</li> <li>- поддержка релокации этнических шорцев из других районов Кузбасса и субъектов РФ на места их традиционного проживания, в том числе, для вовлечения в реализацию этнопрограммы маршрута;</li> <li>- развитие сопутствующей туризму индустрии (сувенирной, досуговой, транспортной и др.) в районах, по которым протекает маршрут;</li> <li>- этнокультурный обмен между регионами Южной Сибири и усиление роли коренных малочисленных народов в сохранении своей самобытности и аутентичности и др.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ослабление финансовой и информационной поддержки продвижения маршрута со стороны федеральной власти;</li> <li>- рост этносоциальной напряженности в местах хозяйственной деятельности шорцев, связанной с активным развитием туристской инфраструктуры на территории их традиционного природопользования;</li> <li>- утрата аутентичности, самобытности национальной шорской культуры, их традиций и обычаев из-за активного туристского освоения территории их компактного проживания;</li> <li>- естественное сокращение численности, полная ассимиляция шорцев как уникального коренного малочисленного этноса территории Кемеровской области;</li> <li>- деградация природного и традиционного культурного ландшафта;</li> <li>- высокие риски травмоопасности туристов на маршруте и вероятность форс-мажорных ситуаций (сплав по р. Мрассу, трансфер на вертолете, пересечение труднопроходимой местности на спецтехнике, встреча с дикими животными и др.);</li> <li>- экономическая зависимость местного населения от развития туризма, как основного источника доходов, что повышает его уязвимость от экономических колебаний и кризисов в этой сфере;</li> <li>- потеря земельных ресурсов, вытеснение коренного малочисленного народа с традиционных территорий, что нарушает их исторические права на землю и ресурсы;</li> <li>- низкая вероятность повторного посещения всего маршрута, ослабление интереса со стороны массового туриста;</li> <li>- отток туристов из Кузбасса в связи с активным развитием индигенного туризма в регионах Южной Сибири (в частности с привлечением кумандинцев Алтайского края и Республики Алтай) и др.</li> </ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Источник: составлено авторами

Подробный аналитический обзор национального туристского маршрута «Горная Шория. К детям тайги» показал, что наряду с уникальными возможностями и большими перспективами развития данного маршрута существует ряд ограничений, требующих своевременного решения, способствующего закреплению прочных позиций турпродукта на туристском рынке и устойчивому развитию экосистем территории маршрута. Для этого авторами предлагаются следующие практические рекомендации:

- формирование и продвижение уникального имиджа и фирменного стиля туристского маршрута на основе его этнокультурной аутентичности;
- совершенствование и модернизация поддерживающей инфраструктуры ИКТ для развития системы навигации, ориентирования и обеспечения безопасности туристов на маршруте;
- развитие программ лояльности на маршруте для жителей Кемеровской области для повышения спроса на туристский маршрут и его отдельные сегменты;
- совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей развитие туризма в местах традиционного природопользования и хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Кузбасса;

- способствование развитию местных сообществ и поддержка инициатив по созданию аутентичных предприятий локальной кухни и сувениров, а также средств коллективного размещения;

- возрождение и сохранение элементов традиционной культуры и быта шорцев, с целью трансляции в туристском пространстве и передачи будущим поколениям представителей коренного народа Кузбасса;

- проведение эколого-просветительской работы с местным населением и туристами для снижения и предотвращения негативных экологических последствий антропогенного воздействия на уникальные экосистемы Горной Шории и др.

Таким образом, национальный туристский маршрут способствует раскрытию богатого туристского потенциала Кузбасса и открывает регион не только как центр горнолыжного, но и этнокультурного туризма, а также демонстрирует устойчивые тенденции возвращения коренного населения Горной Шории к истокам, традиционному образу жизни, и возможности сочетания традиционного природопользования коренных народов с туризмом.

#### Список источников:

1. Брель О.А., Кайзер Ф.Ю. Анализ национального туристского маршрута «Кузбасс – огонь в сердце» // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды XIX Международной научно-практической конференции, МГУ имени М.В. Ломоносова, 4-5 апреля 2024 г. — Москва, 2024. — С. 124-130.
2. Национальные туристические маршруты [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/reestry\\_turizm/nacionalnye\\_turisticheskie\\_marshruty/](https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/reestry_turizm/nacionalnye_turisticheskie_marshruty/) (дата обращения: 21.02.2025).
3. Паршикова Н.Г., Семенова Л.В. Национальные туристские маршруты: значение для развития туристско-рекреационного потенциала региона в контексте опыта Кемеровской области - Кузбасса // Развитие производительных сил Кузбасса: история, современный опыт, стратегия будущего: Материалы Международной научно-практической конференции. В 4-х томах, Москва, 17–23 ноября 2023 года. — Москва: Российская академия наук, 2024. — С. 475-480.
4. Правительство Российской Федерации. Распоряжения. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение от 20 сентября 2019 г. № 2129-р [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> (дата обращения: 20.02.2025).

УДК 338.48(075.8)

## ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ В НЕОЦЕНЕННЫХ ТУРИСТСКИХ РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Бутузов А.Г.**, доцент кафедры туризма и гостиничного дела, доцент кафедры менеджмента, 1 Московский Гуманитарный университет, 2 Московский университет им. С.В. Витте, канд. геогр. наук, sarmatant@inbox.ru

**Аннотация.** Представлена терминология, раскрывающая уровень развития туризма. Описаны варианты классификаций территорий страны по ряду важных параметров, включая душевую обеспеченность объектами туристской инфраструктуры, и показателей социокультурного развития. Отдельное внимание уделено рейтингу территорий страны по предпочтениям туристской аудитории. Дан перечень ведущих и перспективных регионов этнокультурного туризма. Проанализированы ведущие тренды национального этнокультурного туризма.

**Ключевые слова:** ведущие общенациональные тенденции этнокультурного туризма, классификация регионов России по уровню развития этнокультурных путешествий.

## TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ETHNOCULTURAL TRAVEL IN THE INVALUABLE TOURIST REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

**Butuzov A.G.**, Associate Professor, Department of Tourism and Hospitality, Associate Professor, Department of Management, 1 Moscow University for the humanities, 2 S.V. Witte Moscow University, Candidate of Geographic Sciences

**Annotation.** The terminology that reveals the level of tourism development is presented. Variants of classifications of the country's territories according to a number of important parameters, including per capita provision of tourist infrastructure facilities and indicators of socio-cultural development, are described. Special attention is paid to the rating of the country's territories according to the preferences of the tourist audience. The list of leading and promising regions of ethnocultural tourism is given. The leading trends of national ethno-cultural tourism are analyzed.

**Keywords:** leading national trends in ethnocultural tourism, classification of Russian regions by the level of development of ethnocultural travel.

Минувшее десятилетие сопровождалось частыми и кардинальными изменениями внешней и внутренней среды российского туризма. Некоторым регионам в последние годы удалось существенно укрепить свои позиции на общенациональном рынке. Отчасти это явилось следствием перераспределения потоков внутренних туристов, в глубь территории, подальше от юго-западных границ Российской Федерации, но по большей части различиями в объемах инвестиций в строительство новых и реконструкцию старых объектов туристской аттракции и особенно — в эффективности регионального туроперейтинга и инициатив регуляторов туристской индустрии.

В течение последних десятилетий рекреационная география и география туризма добились огромных успехов в теории и практике изучения туристского потенциала территорий. Но в отечественной туристике по-прежнему отсутствует сбалансированная, а главное — конвенциональная система оценки привлекательности дестинаций, в том числе — для нужд этнокультурного сектора. Явная структурная неоднородность ресурсной базы, многообразие условий и задач субъектов туризма препятствуют консенсусу по этому вопросу. Заметные расхождения позиций отдельных регионов в различных общенациональных туристских рейтингах служат тому красноречивым доказательством.

Богатство и многообразие ресурсов выступает непреходящей ценностью при анализе привлекательности этнокультурных дестинаций. Туристские ресурсы обычно отождествляют с

наличными природными, историко-культурными, техническими, социальными и экономическими феноменами, пригодными к настоящему времени для удовлетворения рекреационных запросов; в расширенной коннотации — также с учетом среднесрочной и долгосрочной перспектив. Особую актуальность приобрело изучение предельно допустимых нагрузок гостей на туристские ресурсы и объекты инфраструктуры, динамику смежных и прочих отраслей хозяйства, качество и образ жизни принимающего населения.

Оценка возможностей территорий для реализации этнокультурных путешествий во многом опирается на маркетинговый подход — комплексный коммерческий анализ ресурсов и объектов с позиции сегментации спроса и предложения. Каждая ныне, либо ранее обитаемая территория, с приемлемым уровнем развития туристской инфраструктуры и сетью объектов туристского показа, может стать этнокультурно-туристской дестинацией. С маркетингом тесно переплетается социологический подход, раскрывающий привлекательность конкретного пространства через его внутренние предпосылки развития. В этой связи отметим растущее влияние на рейтинг регионов символических ресурсов территории — туристических образа и имиджа.

Важную роль в исследованиях этнокультурных ресурсов занимают экономические методы (затратный, сравнительных продаж, доходный, сравнительного анализа, сравнительно-исторический, экспертного опроса и метод балльной оценки). Величинами инвестиций и услуг в туристскую отрасль, количеством туристских прибытий и рабочих мест оперирует экономико-статистический метод. Кадастр этнокультурных ресурсов с балльной оценкой показателей позволяет рассмотреть туристские ресурсы с точки зрения экономической эффективности. Метод экспертной оценки, во многом основанный на интуиции, неизбежно привносит немалую долю субъективности в итоговую оценку ресурсной базы. Снижение роли субъективных оценок позволит заметно снизить риски принятия управленческих решений.

Обратимся к данным Национального туристического рейтинга 2022 г., основанному на душевой обеспеченности туристической инфраструктурой, включая коллективные средства размещения, санаторно-курортные объекты, предприятия питания, туристские фирмы, а также на туристских доходах и ведущих социокультурных параметрах. Согласно этому репрезентативному источнику, (в порядке убывания) когорту безусловных лидеров по привлекательности для внутренних и иностранных визитеров составили Краснодарский край, Московская область, Москва, Санкт-Петербург, Республика Крым, Нижегородская область, Приморский и Алтайские края, Республика Татарстан и Самарская область [3]. Спустя два года, состав наиболее преуспевающих в туризме субъектов существенным образом изменился. Среди национальных лидеров оказались Республика Дагестан, Свердловская, Мурманская, Архангельская и Калининградская области [4].

Несмотря на ускоренные темпы роста в последние годы, этнокультурный сегмент является лишь третьестепенным видом национального туризма. Это подтверждается данными упомянутого Национального туристического рейтинга 2022 г. Категория «уникальные культурные особенности, природные достопримечательности, исторические памятники и традиции» занимает последнее, седьмое, место среди причин туристской привлекательности. Вместе с тем, большую значимость для россиян представляют такие факторы, как безопасность и результативность продвижения дестинации в цифровом пространстве, но особенно — степень развития туристской инфраструктуры.

К настоящему времени субъекты, не преуспевшие на поприще туризма в целом и этнокультурных путешествий, в частности, составляют свыше половины регионов страны. В отношении подобных территорий используются разные, но этимологически близкие термины — «регионы с низким туристским рейтингом», «малозаметные», или «недооцененные» туристские регионы. При некой условности, дефиниция «неоцененные» регионы может употребляться в рамках настоящего дискурса. Использование столь однозначного эпитета, как «отстающие территории», формирует выраженный отрицательный образ, предубеждение со стороны потенциальных гостей и способно нанести весьма ощутимый вред становлению новейших, едва заявивших о себе дестинаций этнокультурного туризма.

Значительная часть регионов, традиционно считавшихся «малозаметными», или «неоцененными», продемонстрировали в истекшем десятилетии высокие темпы роста



этнокультурного туризма. Более того, за некоторыми исключениями, наиболее известные и преуспевшие в этнокультурном сегменте регионы России относятся к числу «неоцененных» территорий. Для некоторых из них этнокультурный туризм стал пропульсивным и даже приоритетным видом туризма. Достижения в сфере этнокультурных путешествий явились результатом совокупного действия ряда факторов, в первую очередь, инициатив региональных властей, маркетинговых стратегий региональных туроператоров и их контрагентов, прежде всего, тематических парков и особо охраняемых природных территорий.

К настоящему времени подавляющее большинство организованных и стихийных этнокультурных поездок приходится на полтора десятка субъектов Российской Федерации. Первенство в общероссийском рейтинге этнокультурных прибытий принадлежит Республике Карелии и Вологодской области. Заметно укрепились позиции сибирских регионов — Республик Хакасия, Алтай, Бурятия, несколько ослабили — Республик Коми и Якутии, Удмуртской Республики, Хабаровского и Камчатского краев. За минувшие два-три года не принципиально, но существенно изменился состав регионов-лидеров. Ротация возвела в круг регионов-лидеров прежде такие менее известные этнокультурные дестинации, как Республики Крым и Дагестан, Калужская, Тверская, Владимирская, Московская, Нижегородская и Кемеровские области, Краснодарский край, Ямало-Ненецкий автономный округ [1]. Достигли успехов на указанном поприще Архангельская, Ярославская и Ивановская области, Республики Татарстан и Башкортостан, Чувашская, Кабардино-Балкарская и Карачаево-Черкесская Республики, Ставропольский край [1].

Рейтинги, базирующиеся преимущественно на серии объективных (формальных) показателей, существенно контрастируют с анализом туристской привлекательности территорий, предложенного в 2021 г. командой независимых аналитиков. Составленный ими рейтинг основан преимущественно на туристских симпатиях (антипатиях) и частоте постов в социальных сетях. Российские регионы были дифференцированы на четыре когорты — известные, особые, скромные и малозаметные [2]. Разработчики программы сознательно пренебрегли фактическими величинами прибытий, сосредоточившись, прежде всего, на предоставленной самими визитерами оценке. В результате, среди пятнадцати «известных» были выделены не только весьма и достаточно популярные дестинации — Республика Крым, Краснодарский край, Алтайский край, Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Республика Татарстан, Ставропольский край, Северная Осетия-Алания, но и субъекты с более низкими объемами прибытий — Камчатский и Пермский края, Республики Карелия, Коми, Марий Эл, Чувашская Республика [2]. При этом, ярко выделена роль нематериального наследия в туристском образе Республик Коми, Чувашской и Марий Эл. Авторы исследования интерпретировали полученные результаты в русле давнего стереотипа восприятия территории через призму этнокультурной «экзотики».

К категории «особых», с доминирующими положительными отзывами, но сравнительно низким потоком гостей, были отнесены четыре национальных республики — Удмуртская, Чеченская, Хакасия и Якутия-Саха. Отклики гостей, базировались, в первую очередь, на признании очевидной культурной самобытности этих дестинаций. Не считая Хабаровского края, семерку «скромных» составили национальные республики — Мордовия, Адыгея. Ингушетия, Дагестан, Калмыкия и Тыва [2]. Позитивные отзывы посетителей покоились, в первую очередь, на культурном колорите. Показательно, что в течение нескольких последних лет все перечисленные дестинации предприняли эффективные меры по продвижению на отечественном туристском рынке. Очевидными достижения на указанном поприще объясняется, в частности, признание победителем Всероссийского конкурса в номинации «Территория перспективного развития» туристско-рекреационного кластера «Черные земли» (Республика Калмыкия) [5].

Подавляющее большинство — 56 из 82 исследуемых регионов страны — классифицированы как малозаметные, с меньшей частотой и преобладанием отрицательных отзывов. Внутри этой группы выделено 23 региона, несмотря на более или менее значительный приток внутренних путешественников, показавших низкую популярность и в целом негативный образ в социальных постах. В частности, речь идет о Владимирской, Иркутской, Калининградской и Нижегородской областях. Не стоит абсолютизировать степень верификации информации в социальных сетях по



оставшимся 33 российским регионам. Но исследователи интерпретировали низкий рейтинг Вологодской, Костромской, Новгородской, Псковской и Ивановской областей выраженным сходством культурного облика тамошнего населения с гостями из Европейской России [2]. Показательно, что интерпретация оценок посетителей, как и в двух предыдущих когортах, лежит в парадигме поиска выраженной культурной «инаковости». В действительности, начало этого десятилетия отмечено в России невиданным всплеском интереса туристской аудитории к «собственным» культурным комплексам, в особенности — к этнически русским. В частности, этим обстоятельством объясняется бурный рост этнокультурного туризма в Новгородской, Псковской, Вологодской, Ленинградской и других областях Центральной России.

В этнокультурном туризме ярко проявились практически все тенденции, охватившие с начала этого десятилетия национальную индустрию путешествий. Во-первых, это стремление к экологизации [6]. Получившая некоторую популярность в России модель «ответственного», или «мягкого» туризма, предполагает заботу об окружающей среде. Как и три десятилетия назад, этнокультурный сегмент во многом следует в фарватере экологического туризма. Стремительное увеличение за последние три года объемов экологических поездок способствует динамичному развитию визитов с этнокультурной мотивацией. На фоне подавляющего большинства ООПТ в России, едва лишь, либо недостаточно задействованных в этнокультурном туризме, выделяются национальные парки «Кенозерский» «Водлозерский» «Чаваш Вармане» «Самарская Лука», «Бузулукский бор», «Паанаярви», «Русский Север», «Смоленское Поозерье» и «Валдайский», природные заповедники «Башкирский», «Шайтан-Тау», «Басеги», «Болоньский» и «Лапландский».

Особо отметим анонсированный Агентством стратегических инициатив проект по формированию серии туристско-рекреационных кластеров. Победителем Всероссийского конкурса по кластерному продвижению экологического туризма стал проект «Сердце Башкирии», координирующий деятельность геопарка «Торау», национального парка «Башкирия», природного парка «Зилим» и других природоохранных объектов Республики Башкортостан. В десятке российских лидеров заслуженно оказались проекты из Приволжского ф.о. («Камское устье», Республика Татарстан и «Самарская лука, Самарская область»), Центрального и Северо-западного ф.о. — соответственно «Романцевские горы», Тульская область и «Большая Валдайская тропа», Новгородская область [5]. Закономерно, что половину финалистов конкурса составили проекты из Дальневосточного и Сибирского ф.о. Речь идет о туристско-рекреационных о таких кластерах, как «Земля леопарда» (Приморский край), «Лагуна Буссэ» (Сахалинская область), «Заповедная Камчатка: Земля людей, вулканов и лососей» (Камчатский край), «Тункинская долина» (Республика Бурятия), «Горная Хакасия» (Республика Хакасия). Весьма показательно первенство перечисленных регионов в общенациональном рейтинге этнокультурных путешествий.

Давние тренды к технологизации, виртуализации и геймизации, в сочетании с относительно новой тенденцией к сочетанию работы и отдыха («bleisure»), способствуют расширению сети предприятий этнокультурной аттракции. К настоящему времени количество стационарных объектов подобного рода (этнографических деревень, этнических и ремесленных центров, музеев различного профиля, этнических тематических парков и т.д.) в России превысило три с половиной сотни. В частности, представляются наиболее перспективными этнографические деревни и этнопарки, созданные в городской черте («Ватан» в Уфе, «Кочевник» в Элисте, либо в сравнительной близости от региональных центров («Возрождение» в Приморском крае, «Ясна» в Чувашской Республике).

Положительной динамике стихийных этнокультурных поездок также способствует массовая автомобилизация. Так, особых успехов в привлечении гостей добились за минувшие годы Музей архитектуры и быта народов Поволжья «Щелоковский хутор» (Нижегородская область), Музей деревянного зодчества под открытым небом «Хохловка» (Пермский край), Архитектурно-этнографический музей «Тальцы» (Иркутская область) и природный музей-заповедник «Томская Писаница» (Кемеровская область) [1].

Существенно укрепилась роль тематических этнокультурных парков. Безусловными общенациональными лидерами в этой сфере в последние годы являются казачья станица «Атамань» (Краснодарский край) и парк-музей «Этномир» (Калужская область). Прочные позиции в этой сфере

по-прежнему удерживают финно-угорский парк в деревне Ыб (Республика Коми), сельский парк «Околица» (Томская область), этнопарк «Кочевник» (Московская область), этнодеревня «Тыгыдым» (Ярославская область), этнопарк «Золотая Орда» (Иркутская область), этнопарк «Моя Россия» (Краснодарский край), парк «Ватан» (Республика Башкортостан) и «Малые Корелы» (Архангельская область) [1].

Ускоренное строительство новых и рациональное расширение имеющихся тематических парков можно рассматривать в качестве одного из приоритетов долгосрочного развития не только этнокультурных путешествий, но и, без преувеличения, национальной туристской индустрии в целом. По мнению экспертов, к настоящему времени наличие крупных тематических и развлекательных парков выступает вторым по важности фактором привлекательности территорий для внутренних путешественников. В качестве ведущего принципа реализации обозначенной цели автор предлагает концепцию «трех этнокультурных сфер».

В каждом из российских федеральных округов, в сравнительной близости от крупнейших городских агломераций или туристских терминалов, предлагается создать не менее чем по одному этнокультурному тематическому парку. Общенациональный, макрорегиональный и собственно региональный павильоны, в каждом случае, смогут познакомить посетителей с аутентичными этнокультурными средами. Павильоны «Россия в миниатюре» могут органично сочетаться с экспозициями «второго круга» — соответственно «Центральная Россия» и «Северо-запад» в Московской и Ленинградской областях, «Урал» в Свердловской области, «Большая Волга» в Республике Татарстан, Нижегородской и Самарской областях, «Юг России» в Ростове-на-Дону, «Великая Сибирь» в Новосибирской области и в Красноярском крае, «Тихоокеанский рубеж» в Приморском крае. Экспозиция «третьей сферы» может выполняться с опорой на этнокультурные ресурсы соответствующего субъекта федерации.

В регионах, явно или существенно преуспевших в этнокультурном туризме, предлагается, обозначив акцент на давние и судьбоносные этнокультурные контакты с пространством Северной Евразии, уделить основное внимание региональной, в меньшей мере — макрорегиональной этнокультурной специфике. В частности, подобная схема, возможно, приемлема в Иркутской области, в Пермском крае, в Чеченской и в Кабардино-Балкарской Республиках, в Республиках Калмыкия, Дагестан и Саха (Якутия).

Тенденции к технологизации, виртуализации и геймизации воплощаются в масштабном росте посещений этнических фестивалей и праздников, прежде всего, «Мир Сибири» в Шушенском (Красноярский край), «Зарайская слобода» (Московская область), «Бушуевский фестиваль» в Златоусте (Челябинская область), «Прокопьевская ярмарка» в Великом Устюге (Вологодская область), «День Петра и Февронии» в Муроме (Владимирская область), «Виктория» в Байкальске (Иркутская область), «Голос кочевников» в Ацагате (Республика Бурятия), «Родники Алтая» в Усть-Коксе (Республика Алтай) и других [1].

Комплементарность двух или нескольких мотивационных установок (познавательной, лечебной, оздоровительной, спортивной, культовой и прочих) у значительной части туристов размывает привычные границы между массовыми и специальными видами путешествий. К примеру, стремительно вырос спрос на этнокультурные туры с выраженным гастрономическим оттенком в регионах Южной Сибири, Дальнего Востока и Северо-запада. Включение в туры знакомства с высокой русской кухней, отчасти советским кулинарным наследием — может увеличить поток гостей в «туристские ворота» страны — в Москву, Санкт-Петербург, Калининград, Большой Сочи, Владивосток, в такие важные туристские центры, как Красноярск, Иркутск, Новосибирск, Ярославль, Владимир, Великий Новгород.

Поиск разнообразных впечатлений благоприятствует продвижению смежных с гастрономическим, сельским и приключенческим туризмом туров и программ этнокультурного туризма в Республиках Дагестан, Крым, Башкортостан, Бурятия, в Чеченской Республике, в Камчатском и Хабаровском краях, в Мурманской и Сахалинской областях. Продвижение татарской, осетинской, бурятской, в меньшей степени — башкирской, марийской, удмуртской, алтайской, якутской или саамской кухни — стоит рассматривать как важную предпосылку к активизации этнокультурных визитов в соответствующие регионы.

Принимая во внимание смежности со многими видами туризма и низкую долю этнокультурных путешествий в структуре российского туризма, обратимся к инициативам по развитию национального туризма. Так, катализатором этнокультурного туризма в национальном масштабе могло бы стать воплощение Ростуризмом 15 крупных инвестиционных проектов. В течение 2018-2025 гг. во всех туристских макрорегионах страны предполагалась интеграция 45 туристических кластеров [5].

#### Список источников:

1. Бутузов А.Г. Символы территории как фактор развития регионального и локального этнокультурного туризма в современной России / А. Г. Бутузов // Региональные культурные стратегии в мире: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), 16-17 мая 2024 г. / под ред. Н. И. Тюленевой, П. С. Ширинкина. — Пермь: Пермский государственный институт культуры. — 2024. — С. 33-38.
2. Индекс туристической привлекательности регионов России в социальных медиа / Strelka KB. 2024. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://tourism-index.strelka-kb.com/> (дата обращения: 10.05.2025).
3. Национальный туристический рейтинг 2022 // Union Travel. 2022. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://union-travel.ru/nacziionalnyj-turisticheskij-rejting-2022> (дата обращения: 10.05.2025).
4. Российский туристический рынок: тенденции и перспективы: аналитический отчет / Russia CB. 2024. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://russiacb.com/upload/iblock/e98/46p8eqt8qvn1b3083o3bgreav9im0exl.pdf> (дата обращения: 10.04.2025).
5. Ростуризм создаст 15 крупных туристских инвестиционных проектов в 2025 году // Rambler. 2025. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://travel.rambler.ru/news/40672425/> (дата обращения: 10.05.2025).
6. Современные тренды развития туризма в 2025 году // Me Hotel : гостиничный портал. 2025. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://mehotel.ru/klyuchevye-trendy-razvitiya-turizma-innovacii-i-izmeneniya-v-otrasli/> (дата обращения: 10.04.2025).

## МОДУЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КОЛЛЕКТИВНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ И ГЛЭМПИНГИ – СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ТУРИЗМА

**Калюжнова Н.Я.**, профессор факультета бизнес-коммуникаций и информатики, Иркутский государственный университет, 2010nyk@mail.ru  
**Широколобова Г.В.**, ООО «Цифровая лаборатория», соискатель, Иркутский государственный университет, gall@list.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности становления и развития модульных средств размещения в Иркутской области. На основе анализа выделены проблемы при строительстве и эксплуатации модульных средств размещения в 2024-2025 гг. Сделаны выводы о направлениях повышения привлекательности данного вида туристических услуг. Рассмотрена роль информационных технологий в развитии и продвижении модульных средств в Иркутской области, формирования благоприятного туристического имиджа Иркутской области. Актуальность развития модульных средств размещения согласуется с государственной программой Российской Федерации «Развитие туризма». По поручению Президента Правительство поддерживает инвесторов, осуществляющих проекты по созданию модульных средств размещения туристов.

**Ключевые слова:** экотуризм, глэмпинг, модульные средства размещения Иркутская область, коллективные средства размещения, информационные технологии, развитие глэмпинг индустрии.

## GLAMPING AND MODULAR ACCOMMODATIONS ARE A MODERN DIRECTION OF DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKETS OF THE TOURISM INDUSTRY

**Kalyuzhnova N.Ya.**, Professor, Faculty of Business Communications and Informatics, Irkutsk State University  
**Shirokolobova G.V.**, LLC «Digital laboratory», Applicant, Irkutsk State University

**Abstract.** The article considers the features of the formation and development of modular accommodation facilities in the Irkutsk region. Based on the analysis, problems in the construction and operation of modular accommodation facilities in 2024-2025 are identified. Conclusions are made on the directions for increasing the attractiveness of this type of tourist services. The role of information technologies in the development and promotion of modular facilities in the Irkutsk region, the formation of a favorable tourist image of the Irkutsk region is considered. The relevance of the development of model accommodation facilities is consistent with the state program of the Russian Federation "Tourism Development". On behalf of the President, the Government supports investors implementing projects to create modular tourist accommodation facilities.

**Keywords:** ecotourism, glamping, Irkutsk region, media, information technology, development of the glamping industry.

### Актуальность и цель исследования

С 2022 по 2024 годы туризм в России рос на 3 - 7 % быстрее, чем ВВП. В 2025 году темп роста валовой добавленной стоимости туризма сравняется с уровнем роста экономики России в целом. Валовая добавленная стоимость туристской индустрии вырастет с 3158 млрд рублей в 2017 году до 8764 млрд рублей к 2035 году. Количество мест в коллективных средствах размещения за тот же период по прогнозам вырастет с 2,2 до 3,1 млн мест. Количество туристов в коллективных средствах размещения за тот же период вырастет с 63 до 88 млн человек в год. [4]

Совершенствование внутреннего туризма - важнейшее направление туризма в России. По поручению Президента Правительство продолжает поддерживать инвесторов, которые вкладываются в проекты по созданию модульных средств размещения туристов. Это стимулирует



внедрение новых инвестиционных проектов и создание дополнительных мест для комфортного отдыха путешественников.

Государственное субсидирование выделяется в 2025-2027 годах на финансовое обеспечение или возмещение затрат по приобретению и монтажу модульных некапитальных средств размещения для туристов. Средства выделяются согласно федерального проекта «Создание номерного фонда, инфраструктуры и новых точек притяжения», входящего в национальный проект «Туризм и гостеприимство». В федеральном бюджете на 2025–2027 годы на эти цели предусмотрено 15 млрд рублей.

В Иркутской области агентством по туризму по состоянию на 14 апреля 2025 года продолжается прием заявок на данный конкурс. Подано более 60 заявок, на общую сумму более 2 млрд рублей.

Модульные средства размещения будут актуальны на землях с особыми статусами, на особо охраняемых природных территориях и землях Прибайкальского национального парка.

В то же время анализ показывает, что глэмпинг-индустрия и модульные средства размещения туристов сталкиваются с рядом серьезных проблем, ограничивающих их развитие, в том числе в Иркутской области.

Целью исследования явилось изучение особенностей и проблем в развитии глэмпинг-индустрии и модульных средств размещения туристов в Иркутской области. Акцент сделан на модульных отелях как одном из видов глэмпингов.

### **Состояние и исследованность проблемы**

Глэмпинги и модульные средства размещения можно назвать видом экологического туризма (экотуризма). Понятие экотуризма, а также глэмпингов не однозначно в теории и не определено институционально, т.е. в законодательных актах.

Экотуризм - форма устойчивого туризма в России, сфокусированная на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных территорий, экологических систем [15]. Задачей экологического туризма является создание потребностей у туристов в сохранении природы или ее отдельных компонентов (уникальных ландшафтов, определенных видов животных или растений) [1].

В таком понимании цель экотуризма совпадает с целью создания природных заповедников на территории РФ, развитие которых регулируется законами и постановлениями федерального и регионального уровня [1, 2, 7].

Очевидно нахождение человека на природе не всегда приводит к сохранению природной среды. Принципиальное отличие экологического туризма от других его видов – это определение поведения туристов на природе, охрана природных ландшафтов от излишней нагрузки и загрязнения, предотвращение деградации почвы, флоры и фауны. Поэтому как в заповедниках, так и в других природных местах важно создавать такую инфраструктуру, которая бы сохраняла природную среду, и одновременно соответствовала требованиям туристов по уютному и комфортному проживанию. Этим задачам отвечает такая относительно новая форма размещения, которая названа «глэмпинг».

Термин «глэмпинг» появился в Великобритании в 2005 г. в результате слияния слов «гламурный» и «кемпинг». В 2016 г. понятие «глэмпинг» внесено в Оксфордский словарь английского языка. Впервые в России появился в 2016 г. глэмпинг «Гуляй-город» в Тульской области [14]. Количество глэмпингов в России быстро растет — за 2020 г. их число удвоилось и достигло 120, в 2021 г. было открыто еще 58.

Глэмпинги при своем появлении имели самую разную форму: шатров, куполов, А-фреймов, домиков и т.д. Подробно исследовано нами в статье [11]. Это породило большую неопределенность по поводу того, что же можно отнести к глэмпингам. Домики на деревьях и на сваях тоже являются некапитальными сооружениями и тоже относились к глэмпингам. Главное наличие благоустройства – воды, тепла, электричества, сантехнических услуг. Понимание того, что можно отнести к глэмпингам важно, т.к. на развитие глэмпингов в туризме выделялись значительные средства в виде грантов и субсидий.

Параллельно с глэмпингами в туристскую инфраструктуру все чаще стали встраиваться модульные конструкции, пионерами здесь были китайские производители, предлагавшие модульные отели в том числе на экспорт. Российские производители за последние 3 года также подтянулись и начали производить модульные конструкции для сферы туризма.

Однако понятие и характеристики модульных отелей и глэмпинги не нашли пока институционального закрепления в сфере строительства и в сфере туризма. До 1 января 2025 г. существовала законодательная неопределенность по определению глэмпингов и модульных средств коллективного размещения, что позволяло отнести к глэмпингам как модульные сооружения, изготовленные заводским образом, так и индивидуально построенные сооружения некапитального характера (без фундамента) различной формы (домики, сферы, купола, юрты и др.). В настоящее время к глэмпингам относятся только модульные средства размещения, изготовленные заводским путем.

Согласно новой редакции закона «Об основах туристской деятельности» под модульными отелями понимаются огороженные территории с контролируемым доступом и расположенными на них некапитальными строениями, где предоставляют услуги временного размещения и обеспечения временного проживания, то есть места для сна и отдыха, а также оказывают другие дополнительные услуги в сфере туризма» [15]. Что такое «модульный отель» из этого определения не очень понятно.

Модульные средства заводского производства включают не только каркас и утепленные стены, внутри него монтируются инженерные сети и мебель. Для установки модульных средств не требуется разрешение на строительство и ввод в эксплуатацию, что значительно сокращает время и финансовые вложения.

Модульные средства размещения актуальны на ООПТ, будут способствовать благоустройству отелей и хозблоков, мест общепита, пунктов выдачи и аренды спортивных снаряжений, мест размещения сантехники. В соответствии с условиями государственного субсидирования вывоз и утилизацию ЖБО и ТБО владельцы модульных отелей осуществляют самостоятельно.

### Методы исследования

Использовались исторический, логический, метод систематизации и интервьюирования. Изучены институциональная база, состояние и проблемы развития модульных коллективных средств размещения, к которым сегодня отнесены глэмпинги, в Иркутской области. Аналитическим материалом послужили статистические материалы, статьи, отзывы, интервью с заместителем руководителя агентства по туризму Иркутской области Р. Пичугиным, личный опыт авторов.

### Состояние и перспективы развития модульных средств размещения в Иркутской области

В Иркутской области в 2022 г. из федерального бюджета региону была предоставлена субсидия в размере 341,5 млн рублей для строительства 10 модульных отелей. В 2023-2024 гг. с учетом областного софинансирования на поддержку и развитие туризма было выделено 252 млн рублей на создание 170 новых гостиничных номеров. На субсидии Минэкономразвития в 2023 г. планировалось строительство 10 модульных отелей, в 2024 г. – 15 модульных отелей [12], на строительство модульных некапитальных построек для размещения туристов и создании комфортных условий для отдыха, всего 280 модульных номеров.

В 2023-24 году было увеличен размер субсидий до 602 млн рублей, на возведение 477 номеров в 19 проектах. По состоянию на 31 декабря 2024 года было реализовано 15. Возврат субсидий произошел по 4 проектам наиболее емким и дорогим проектам. Вместо 600 млн на 577 реализовали проекты на сумму около 400 млн на 377 модулей.

Всего на 1 квартал 2025 года в Иркутской области 22 туристические организации, эксплуатирующих модульные средства размещения.

В 2025 году агентство по туризму в Иркутской области объявило единый конкурсный отбор на 2025-2027 годы по государственной поддержке в форме субсидий на создание модульных средств размещения. На конкурс принимаются проекты, при выполнении следующих требований:

- модульное некапитальное средство размещения - это быстро возводимая конструкция заводского производства, оборудованная для круглогодичного комфортного и безопасного

пребывания туристов, оснащенная туалетом, умывальником, душем, а также имеющие общую площадь не менее 15 м<sup>2</sup>, за исключением площади санузла.

- получатель субсидии должен гарантировать, что обеспечит размещение гостей не менее 3 лет с даты получения субсидии.

-- приоритет проектам в зоне автомобильного туризма.

Форма поддержки инвесторов определяется в виде субсидии до 1,5 млн рублей на один модуль, но не более 50% средств от стоимости инвестиционного проекта. Механизм отбора по бальной системе. Решение принимает оценочная комиссия, сформированная в Министерстве экономического развития РФ. Субсидии можно тратить только на приобретение (не строительство) и монтаж готовых модульных некапитальных средств размещения. За свой счет предприниматель осуществляет монтаж инфраструктуры, включая устройство освещения, монтаж тропинок, разводку электроснабжения и освещения, озеленение территории, инженерные коммуникации, баню, сауну, СПА салоны, бассейны, рестораны, административные корпуса, лобби.

В конкурсном отборе 2025 года, были уточнены требования к земельным участкам, предлагаемым для монтажа модульных коллективных средств размещения. Введено ограничение: на момент подачи заявки категория и вид разрешенного использования земельного участка, на котором планируется реализация инвестиционного проекта, должны соответствовать целевому назначению средств субсидии.

Соответствующими считаются следующие категории земельных участков:

- земли населенных пунктов,
- особо охраняемые территории и объекты,
- лесной фонд (с заключенным договором на аренду с рекреационными целями).

Соответствующими считаются следующие виды разрешенного использования земельных участков:

- отдых (рекреация),
- туристическое обслуживание,
- гостиничное обслуживание,
- санаторная деятельность,
- и другие соответствующие целевому назначению под деятельность по предоставлению мест для временного проживания туристов. [12]

На 15 апреля 2025 года подано более 60 проектов на конкурс для предоставления субсидий на возведение модульных средств размещения на общую сумму около 2 млрд рублей.

Как видим, модульные отели, в Иркутской области планируется развивать и агентство по туризму Иркутской области заинтересовано в увеличении их количества и качества.

Остановимся на проблемах, которые влияют отрицательно на развитие модульных отелей Иркутской области. В их число входят, как факторы, которые сказываются на развитии туризма в целом, так и специфические проблемы глэмпинг-индустрии и модульных средств размещения.

#### **Проблемы развития модульного домостроения и глэмпингов в Иркутской области**

1) Недостаточное информационное обеспечение.

2) Сезонность отдыха. Суровый климат ограничивает массовый туризм в основном летом и способствует быстрому износу объекта размещения.

3) Длительность ожидания подключения к электросетям делает крайне дорогой и часто невозможной сдать в срок средства размещения. Поддерживать на электрогенераторах и палетах комфортную температуру в модульных средствах размещения при низких температурах затруднительно и очень дорого. Отсюда – высокая стоимость размещения. Гости пишут отзывы, жалуясь на холод.

4) Недоступность отдыха по причине высоких транспортных расходов. Логистика и цены на транспортную доступность. Авиабилеты из центральных районов страны стоят дорого для населения со средними доходами. Поэтому основной контингент – это приезжие-сибиряки - 70%, около 30% приходится на жителей Центральной России и Дальнего Востока.

5) Отсутствие качественных дорог. В связи с сокращением бюджетных средств на строительство дорог, приоритет проектам модульных средств размещения будет при близости к транспортным путям.

6). Цены на отдых на Байкале очень высоки по причине отсутствия КОС и полигонов для ТБО, вывоз которых на дальние расстояния очень дорого обходится владельцам турбаз.

7) Завоз продуктов в отдаленные от основных трасс места размещения затруднен, а отсутствие выбора продуктов снижает привлекательность.

8) Неразвитая инфраструктура.

9) Строительство модульных отелей ограничивается нехваткой энергетических мощностей в Иркутской области и дороговизной подключения к электросетям.

10) Природоохранное законодательство не дает увеличить количество номеров, запрещает строить дороги, ЛЭП, КОС, водопроводы. Экологическая экспертиза проекта, проводимая в Минприроды г. Москва длится 6 месяцев.

11) Дефицит кадров и непрестижность работы, особенно среднего и низшего звена: горничных, уборщиц, администраторов. В среднем горничная в Иркутской области зарабатывает 38 000 руб.

Направления действий, которые помогут снизить остроту указанных проблем:

1. Необходимо законодательно определить ГОСТЫ для модульных средств размещения и глэмпингов. Это важно и для получения финансовой поддержки, и для продвижения.

2. Регион и Федеральные органы должны выделять средства на создание дорожной, коммунальной и туристической инфраструктуры, поддержку отелей и развитие новых локаций. Необходимо развивать досуговую часть отдыха на Байкале, в том числе проводить крупные фестивали, праздники, конкурсы ледовых фигур, увеличивать мероприятия событийного туризма и др. Одновременно с планированием проживания и предоставлением услуг размещения, пеших и образовательных маршрутов на ООПТ озера Байкал, необходимо планировать строительство инфраструктуры

3. Для развития модульных средств размещения и реализации программ по их возведению необходимо выделить средства на создание туристско-информационного центра, по примеру центров в республике Бурятия и центра в Красноярском крае.

4. В целях подготовки кадров необходимо предусмотреть механизм целевого обучения в вузах и техникумах по кадрам в сфере туризма.

5. Предусмотреть на законодательном уровне механизм освобождения от налогов на 3 или 5 лет туристических предприятий, развивающих модульные отели.

6. На федеральном и региональном уровне обеспечить совместимость и своевременное взаимодействие при обмене информации между Росстатом, органами аккредитации, агентством по туризму ИО и администрациями муниципальных образований.

Требуется системное решение, оптимизация маркетинга и имиджа региона, при котором эмоции и ощущения от путешествия и модульных отелей компенсируют значительные расходы туристов. При этом в образе региона необходимо принимать во внимание актуальные запросы туристов. Новые исследования подтверждают, что путешественников все сильнее привлекают приключения [10]. Спрос на поездку или путешествие с конкретной целью участия в какой-либо деятельности для получения нового опыта: сплавы, хайкинг и другие виды отдыха, требующие значительного физического напряжения, вырос в России за 2023 год на 30%. [11]. Этот показатель в 5 раз больше изменения всего внутреннего туристического потока. Темп роста турпотока Иркутской области был самым высоким в 2023 году, ее посетило на две трети больше туристов, чем в 2022 г. [9]. Доля в приключенческом туризме составила 6% – это пятое место среди регионов-конкурентов в данной нише. На первом месте Республика Алтай – 17%, далее Дагестан и Карелия – по 16% и Карачаево-Черкесия - 9%. [8]

### **Выводы и направления дальнейшего изучения проблемы**

1. Модульные средства размещения являются современной формой экологического туризма, соответствующей выявленным трендам развития туризма последних лет, сочетают в себе экологический туризм, индустрию впечатлений и природные особенности Иркутской области.



2. Развитие модульных средств размещения в Иркутской области сдерживается как несовершенной нормативной основой, так и слабым развитием информационного обеспечения туристской сферы региона в целом.

3. Особенно медленно и слабо осуществляется информационное взаимодействие по обеспечению процесса внесения в единый реестр средств размещения, которое является неудобным и несовершенным.

4. Существует ряд проблем, решение которых требует совместных действий федеральных и региональных органов управления и бизнеса (нормативная база, развитие инфраструктуры, кадровая политика и др.).

При решении перечисленных ранее проблем и задач, такой современный вариант экологического туризма, как модульные средства размещения могут стать наиболее развивающимся направлением туризма, создать новые рабочие места и, самое главное, сохранить уникальную и неповторимую природу Байкала и Восточной Сибири.

#### Список источников:

1. Федеральный закон №33 «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995.
2. Федеральный закон №94 «Об охране озера Байкал» от 01.05.1999.
3. Федеральный закон от 30.11.2024 №436-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 года № 2439. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» (с учетом изменений от 23 декабря 2024 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://economy.gov.ru/material/file/cfac38b1b024819b97debb91aad705ea/gos\\_programma\\_rf\\_razvitiye\\_turizma\\_23122024.pdf](https://economy.gov.ru/material/file/cfac38b1b024819b97debb91aad705ea/gos_programma_rf_razvitiye_turizma_23122024.pdf) (дата обращения: 10.03.2025).
5. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1853 (ред. от 27.12.2024) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
6. Постановление Правительства РФ от 27.12.2024 №1952 и Постановление Правительства РФ от 27.12.2024 №1951.
7. Распоряжение Правительства РФ №2055-р от 31.12.2008 «Об утверждении перечня особо охраняемых природных территорий федерального значения, находящихся в ведении Минприроды России».
8. Андрос И.А. Основные предпосылки возникновения и развития экологического туризма / И.А. Андрос // Социологический альманах: научное издание / НАН Беларуси, Институт социологии. — 2017. — Вып. 8. — С. 483-493.
9. Все грани туризма Иркутская область // «Байкал и не только» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.ogirk.ru/turizm/irkutsky-rayon-ecology/>. (дата обращения: 21.09.23).
10. Калюжнова Н.Я. Образ России как фактор туристической конкурентоспособности: монография / Н.Я. Калюжнова, К.Л., Лидин, В.Н. Шарафутдинов / Иркутск. Иркутский гос. ун-т., 2012. — 216 с.
11. Калюжнова Н.Я., Широколобова Г.В. Особенности и проблемы развития глэмпингов в Иркутской области // Вестник ФБКИ — 2023. — С.65-79.
12. Сайт Агентства по туризму Иркутской области. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://irkobl.ru/sites/tour/konkurs/page.php?type=special> (дата обращения: 10.03.2025).
13. Сайт Ассоциации глэмпингов. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://glamping-association.ru/mediacenter>. (дата обращения: 10.03.2025).
14. Стало известно, спрос на какой вид туризма в России вырос за год больше всего // Profi.Travel: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://profi.travel/news/58459/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_28751\\_111123](https://profi.travel/news/58459/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_28751_111123) (дата обращения: 10.03.2025).
15. Справочно-правовая система Консультант плюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/72806.html> (дата обращения: 10.03.2025).

## РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ ВСЕСЕЗОННЫХ, ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

**Коваленко В.В.**, старший научный сотрудник, ведущий специалист кафедры философии и методологии экономики, экономический факультет, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. экон. наук, kovrus47@mail.ru

**Коваленко Н.В.**, старший научный сотрудник, географический факультет, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, kovalko\_n@mail.ru

**Давыдова Л.А.**, инженер I категории кафедры философии и методологии экономики, экономический факультет, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, lidad77@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы развития зимнего туризма во всесезонно туристско-рекреационном комплексе (ТРК) - Северный Кавказ на примере горнолыжных комплексов «Архыз», «Эльбрус», «Ведучи», «Роза Хутор». Задачей этого комплекса является формирование и внедрение горнолыжной инфраструктуры, которая влияет на появление новых рабочих мест, популяризирует здоровый образ жизни, семейный отдых, позволит увеличить бюджет регионов, увеличить поток туристов. Цель его развития - поднять социально-экономический уровень жизни людей на Северном Кавказе, повысить эффективность формирования ТРК. Этому способствует создание в Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО) особых экономических зон (ОЭЗ).

**Ключевые слова:** стратегия, концепция развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа, особая экономическая зона, всесезонный туристско-рекреационный комплекс, горнолыжный туризм, горнолыжный комплекс.

## THE DEVELOPMENT OF THE MAIN ALL-SEASON, TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEXES IN RUSSIA ON THE EXAMPLE OF THE NORTH CAUCASUS

**Kovalenko V.V.**, Senior Researcher, Leading Specialist, Department of Philosophy and Methodology of Economics, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Economic Sciences

**Kovalenko N. V.**, Senior Researcher, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Davydova L. A.**, Category I engineer, Department of Philosophy and Methodology of Economics, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University

**Annotation.** The article discusses the development of winter tourism in the all-season tourist and recreational complex (TRK) North Caucasus on the example of skiresorts "Arkhyz", "Elbrus", "Veduchi", "Rosa Khutor". The task of this complex is the formation and implementation of ski infrastructure, which affects the emergence of new jobs, promotes a healthy lifestyle, family vacations, will increase the budget of the regions, increase the flow of tourists. The purpose of its development is to raise the socio-economic standard of living of people in the North Caucasus, to increase the effectiveness of the formation of a shopping mall. This is facilitated by the creation of special economic zones (SEZs) in the North Caucasus Federal District (NCFD).

**Keywords:** strategy, concept of tourism development in the North Caucasus Federal District, special economic zone, all-season tourist and recreational complex, ski tourism, ski resort.

В связи со сложившейся напряженной международной и экономической обстановкой в стране руководство государства принимает решение переориентировать российский туризм на

более интенсивное развитие внутреннего и въездного туризма, направив на это дополнительные финансовые и трудовые ресурсы. Россия и ее уникальные, красивые природные, туристские ресурсы, что служат основой развития различных видов туризма в любое время года. Одним из популярных зимних видов туризма является горнолыжный туризм, для которого необходимы специальные, благоприятные условия. Такими условиями обладает территория Северного Кавказа. Он имеет большое число уникальных, неповторимых, природных туристских ресурсов. Правительство нашей страны максимально стимулирует их социально-экономическое развитие. Темпы развития горнолыжного туризма этого округа значительно опережают рост других зимних видов туризма. Благодаря его богатым туристским ресурсам правительство страны определило развитие всесезонного горнолыжного туризма на этой территории. Это нашло свое отражение в Стратегии развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа до 2035 года, которая была утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 марта 2019 г. № 369-р. [10]. Стратегия направлена на комплексное развитие туризма в СКФО, выявление приоритетных направлений развития туризма, решение задач по каждому направлению, поэтапное развитие приоритетных и региональных туристских территорий округа. С учетом специфики развития горнолыжного туризма предполагается разработка концепции его развития в Российской Федерации на период до 2035 года (далее -проект концепции). В проекте концепции уделено особое внимание нормативно-правовому регулированию горнолыжного туризма:

- определен способ учета статистических данных деятельности горнолыжных комплексов;
- выработаны критерии предоставления государственной поддержки;
- разработаны классификации трасс и иных объектов горнолыжного туризма;
- разработаны нормативно-правовые показатели обеспечения безопасного катания;
- определены объемы рынка инфраструктуры и др.

В проекте концепции спланированы достижения горнолыжного туризма к 2035 году (на период реализации концепции горнолыжного туризма), такие как:

- увеличение горнолыжного туризма в 2 раза;
- увеличение объема номерного фонда коллективных средств размещения до 30 тыс. номеров;
- увеличение туристов, вовлеченных в горнолыжный туризм, с 1,5 млн до 2,5 млн человек;
- увеличение количества горнолыжных комплексов, сопоставимых с крупнейшим горнолыжным комплексом Российской Федерации по протяженности горнолыжных трасс, до 4.

Развитие горнолыжного комплекса на территории Северо-Кавказского федерального округа предполагается осуществить в два этапа - I этап (2019 - 2024 годы) и II этап (2025 - 2035 годы). Реализация мероприятий I этапа будет осуществляться за счет вложения инвестиций в модернизацию, усовершенствование имеющейся инфраструктуры и строительства ее отдельных недостающих элементов. Повышение активности отдыхающих во всесезонных туристических комплексах способствует увеличению туристского потока и росту числа занятых на предприятиях туристской индустрии, увеличению числа ночевки в коллективных средствах размещения, повышению уровня загрузки коллективных средств размещения в низкий сезон. Реализация мероприятий II этапа будет активно привлекать частных инвесторов для создания транспортной и необходимой инфраструктуры горнолыжных комплексов. В результате реализации указанных мероприятий будут обеспечены: увеличение доходов в бюджеты туристского кластера, от реализации товаров и оказания услуг в сфере туризма; улучшатся показатели социально-экономического развития субъектов Северо-Кавказского федерального округа; значительно увеличится пассажиропоток. Реализация мероприятий II этапа будет способствовать увеличению объема инвестиций в основной капитал объектов туристской индустрии и приведет к росту числа коллективных средств размещения и увеличению числа граждан, занятых в сфере туризма и транспорта.

Особенностью горнолыжных комплексов Северо-Кавказского федерального округа, является близкое расположение к особо охраняемым природным территориям. На территории Северного Кавказа находятся 15 особо охраняемых природных территорий: 6 государственных заповедников, 3 национальных парка, 6 государственных заказников. Этот факт позволяет использовать

территорию горнолыжных комплексов круглогодично., используя элементы активного туризма. Развитие активного туризма с элементами экологического, горнолыжного и спортивного туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа является важным элементом реализации Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» (далее - Указ Президента Российской Федерации № 204) в части решения задач национальных проектов «Экология» и «Международная кооперация» [13].

На территории Северного Кавказа идет восстановление и строительство северокавказских всесезонных туристско-рекреационных комплексов (ВТРК). ВТРК- это комплекс на ограниченной территории, обладающей туристско- рекреационными ресурсами и необходимой инфраструктурой, где спланировано количество предприятий и организаций, которые предоставляют необходимые различные товары и услуги, направленные на полное удовлетворение потребностей туристов горнолыжного спорта. Каждый горнолыжный комплекс имеет разный сезон катания на горных лыжах. В среднем по региону сезон катания начинается с конца ноября – начала декабря до апреля, когда снег начинает таять. Для максимально использования горнолыжных комплексов Северного Кавказа их переводят на всесезонное функционирование.

В горнолыжный туристский комплекс входят всесезонные туристско-рекреационные горнолыжные комплексы «Архыз» (на территориях Зеленчукского и Урупского муниципальных районов Карачаево-Черкесской Республики), «Ведучи» (на территории Итум-Калинского муниципального района Чеченской Республики), «Эльбрус» (на территориях Эльбрусского и Зольского муниципальных районов Кабардино-Балкарской Республики), «Армхи» и «Цори» (на территориях Джейрахского и Сунженского муниципальных районов Республики Ингушетия), «Мамисон» (на территории Алагирского района Республики Северная Осетия - Алания) [12]. Эти комплексы находятся в особых условиях – особой экономической зоне туристско-рекреационного типа которые обладают определенными льготами.

В Карачаево-Черкесской Республике действует туристско-рекреационная особая экономическая зона (ОЭЗ) в Зеленчукском и Урупском муниципальных районах, на территории которой развивается всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Архыз». Первая канатная дорога Северо-Кавказского туристического кластера. Здесь оборудованы горнолыжные трассы различной сложности, организована единая транспортная сеть канатных дорог, соединяющая зоны активности, пропускной способностью 1800 человек/час, протягивается на 860 метров и поднимается на 1770 метров.

В настоящее время Институт развития Кавказ РФ построил горнолыжную инженерную туристскую структуру: 27 км трасс, 8 канатных дорог, зарегистрировано 35 резидентов, введено 2186 мест размещения в 17 коллективных мест размещения [1]. С 2011 года резиденты ОЭЗ создали более 2000 мест размещения, рестораны, лобби-бары, СПА центры, пункты проката горнолыжного инвентаря, экскурсионное бюро на общую сумму около 4 млрд рублей. По данным ассоциации кластеров технопарков и ОЭЗ «Архыз» полезная площадь размещения резидентов составляет более 220 га, это является самой большой площадкой для резидентов на Северном Кавказе. ОЭЗ «Архыз» превращается в один из центров притяжения регионов, повышается инвестиционная привлекательность территории. По итогам 2023-2024 года всесезонный комплекс «Архыз» посетило 720 тыс. туристов. Это на 10% больше, чем за зимний сезон 2022-2023 гг. При этом ежегодный прирост турпотока в «Архыз» составляет около 20%. Правительство Карачаево-Черкесской республики информировало общественность о том, что по итогам 2023 года регион посетило 2,1 млн человек. Такой рост активности обусловлен динамичным развитием горнолыжного комплекса «Архыз» находящегося в ОЭЗ. На территории ОЭЗ отмечен рост доли среднего и малого предпринимательства. В Зеленчукском районе этот показатель вырос почти в 2 раза, а в Урупском в 3 раза. Руководство республики считает, что развитие туристско- рекреационного комплекса «Архыз» имеет большое значение для региона и играет роль локомотива в развитии туризма, в улучшении социально-экономического положения региона, способствует комплексному развитию региона, созданию новых рабочих мест. С 2022 года было создано 19550 рабочих мест, а с начала 2024 года – 500 рабочих мест. В настоящее время в «Архызе» создано около 20% инфраструктуры



от потенциала территории. Туристско-рекреационный комплекс «Архыз» вышел на оперативную рентабельность и показал свою эффективность. На создание его инфраструктуры было потрачено 14 млрд рублей. Оценили ее в 17 млрд рублей, а продали за 24 млрд рублей. В ТРК «Архыз» было приглашено около 40 компаний по привлечению туристских услуг, получено налогов 1 млрд рублей [7].

В Кабардино-Балкарская Республика Гора Эльбрус - самая высокая точка Европы (5642 метра над уровнем моря) - расположена на территории Республики Кабардино-Балкарской Республике действует туристско-рекреационная особая экономическая зона на территориях Эльбрусского и Зольского муниципальных районов. Всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Эльбрус» признан лучшим горнолыжным курортом России в 2024 году на Национальной премии «Горы России». Эта номинация проводится в целях развития горнолыжного туризма в стране, продвижения культуры активного отдыха в горах и является частью национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». «Эльбрус» - горнолыжный курорт с полувековой историей, место зарождения отечественного альпинизма и горнолыжного спорта. Здесь горнолыжный сезон для массового катания начинается с ноября месяца и кончается маем месяцем. Комплекс оборудован семью трассами разной степенью сложности. Две из них для новичков. Большая часть горнолыжных трасс расположена на высоте более 3000 метров, где снег лежит более 6 месяцев. Канатные дороги работают круглогодично. Под кураторством Минэкономразвития России проводится масштабная модернизация «Эльбруса». Знаковым рубежом для курорта станет 2027 год. К этому времени откроется новая большая зона катания, число канатных дорог увеличится с пяти до девяти, появятся современный сервисный центр, новые отели и рестораны. Объем заявленных частных инвестиций в курорт составляет свыше 40 млрд рублей.

Всесезонный туристско-рекреационный комплекс (ВРТК) «Ведучи» открылся в период горнолыжного сезона в 2017-2018 годы на территории Чеченской республики и имеет большое значение для развития индустрии туризма и гостеприимства в регионе. Он находится в 80 км от г. Грозного, вблизи Аргунского ущелья. ВРТК «Ведучи» является одним из представителей свободной экономической зоны туристской рекреационного типа Северного Кавказа. Сезон начинается в ноябре и заканчивается в апреле. Инвестирование этого проекта ведется в рамках государственно-частного партнерства. В ВРТК «Ведучи» было вложено 15 млрд рублей частного инвестора. Площадь курорта составляет около 1100 га. Максимальная высота трасс составляет 3 тыс. метров, перепад высот – 2 тыс. метров. Это один из самых больших перепадов в стране. Имеется 19 горнолыжных трасс всех уровней сложности, общая протяженность 46 км. Самая протяженная трасса – более 5 км. Предусматривается и летний отдых. ВРТК способен принимать до 4800 человек в день. Посетителей обслуживают 8 канатных дорог и 4 бэби – лифта, отель вместимостью более 500 человек. Потенциал развития ВРТК «Ведучи» до 2030 года составляет 18 км горнолыжных трасс. Средства размещения составит более 2 тыс. мест размещения. Прогнозируется увеличить туристский поток до 311 тыс. человек. В зимнее время будут функционировать открытые катки, открытый бассейн с подогревом, детский зимний городок, трассы для беговых лыж, сноуборд-парк, прокат лыжного снаряжения и снегоходов. В состав комплекса входит вертолетная площадка и т.д. [5]

«Роза Хутор» горнолыжный комплекс в России всесезонный курорт находится в Краснодарском крае. Ежегодно его посещают до 1 млн туристов. В окрестностях поселка Красная Поляна (Сочи) в 2003 году компанией по девелопменту горного курорта «Роза Хутор», которая была учреждена «Интерросом», начала его строительство и развитие. Общий объем инвестиций в «Роза Хутор» в начале реализации проекта составило около 2,8 млрд долларов. Он предполагает создание уникального, всесезонного, семейного круглогодичного курорта, где сочетаются возможности для занятий горнолыжным туризмом и приморским отдыхом. Строительство ГЛК «Роза Хутор» велось в соответствии с современными международными стандартами и требованиями. На трассах ГЛК обеспечена возможность обучения и катания лыжников различного уровня мастерства, а также проведения любых спортивных соревнований, включая Олимпийские игры. от 140 до 180 дней в год, в зависимости от высоты пролегания трасс. В «Роза Хутор» работает крупнейшая в Европе система искусственного оснеживания. Система позволяет оснежить около 100 га площади. И

обеспечивает продолжительность сезона от 140 до 180 дней в год, в зависимости от высоты трасс. В настоящее время ГЛК «Роза Хутор» в Сочи может увеличиться в два раза за счет строительства рядом с действующим курортом в горном кластере Сочи нового горнолыжного курорта — «Турьев Хутор». Проект будет реализован компанией «Васта Дискавери» при поддержке Туризм. РФ. на территории курорта «Турьев Хутор» будут созданы 80 км горнолыжных трасс, 13 км канатных дорог, 1900 номеров в отелях 3, 4 и 5 звезд. Ежегодно там смогут отдыхать и заниматься зимними видами спорта порядка 600 тыс. человек. Это будет единая зона катания, увеличится количество номеров для проживания, число ресторанов, туристических троп. Курорт будет занимать 3,8 тыс. га. Будет построено около 332 тыс м<sup>2</sup> недвижимости. В его создание могут инвестировать порядка 30 млрд рублей [9].

**Заключение.** Правительство России, проанализировав социально-экономическую ситуацию в стране, большое внимание уделяет развитию внутреннего туризма, выделяя наиболее перспективные, эффективные регионы. Одним из таких регионов является Северный Кавказ, где самым лидирующим зимним видом туризма, является горнолыжный туризм. Это наиболее динамично растущий всесезонный, семейный вид отдыха в России. Для развития горнолыжного туризма на Северном Кавказе правительство страны создало всесезонный Северо-Кавказский туристско-рекреационный комплекс. На его модернизацию и строительство этого всесезонного комплекса с 2025 года по 2027 год выделено 960 млрд рублей [8]. Анализ влияния строительства и начала функционирования всесезонного туристско-рекреационного комплекса «Архыз», проведенный руководством Зеленчукского и Урупского муниципальных районов, показал положительное воздействие на социально-экономическую жизнь СКФО: повысилась активность населения, увеличилось количество предприятий, было привлечено большое количество инвесторов для продолжения строительства комплекса «Архыз», нашлось финансирование для развития инфраструктуры, были созданы новые рабочие места. Всесезонный ТРК «Архыз» стал лидером среди ОЭЗ. Важной задачей этого комплекса является формирование и внедрение горнолыжной инфраструктуры, которая влияет на появление новых рабочих мест, популяризирует здоровый образ жизни, семейный отдых, позволит увеличить бюджет регионов, увеличить поток туристов. Северный Кавказ является лидером по количеству особых экономических зон туристско-рекреационного типа (6 из 10 ОЭЗ страны). Создание привилегированных режимов для СКФО имеет мультипликационный экономический эффект. Например, благодаря повышению нагрузки на телекоммуникационные и транспортные логистические узлы ускоряется дорожное строительство, увеличивается объем транспорта, появляются новые телекоммуникационные центры.

#### Список источников:

1. Всесезонный горнолыжный курорт «Архыз» . [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://web.archive.org/web/20210119195140/https://ru.wikipedia.org/wiki/Всесезонный\\_горнолыжный\\_курорт\\_«Архыз»](https://web.archive.org/web/20210119195140/https://ru.wikipedia.org/wiki/Всесезонный_горнолыжный_курорт_«Архыз») (дата обращения: 17.03.2025).
2. Государственная программа «Развитие туризма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf/> (дата обращения: 07.03.2025).
3. Государственная программа Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162127/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162127/) (дата обращения: 27.02.2025).
4. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/2900/events/> (дата обращения: 21.02.2025).
5. Особая экономическая зона ЧР «Ведучи» – в числе лидеров эффективности по оценке Минэкономразвития России / Алят Хасиева №53 (3646) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vesti095.ru/2024/07/osobaya-ekonomicheskaya-zona-chr-veduchi-v-chisle-liderov-effektivnosti-po-otsenke-minekonomrazvitiya-rossii/> (дата обращения: 11.03.2025).
6. Особые успехи: Как туристические ОЭЗ меняют экономику Северного Кавказа // КИФ: От моря до моря, 12 июля 2024. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- <https://kavkaz.rbc.ru/kavkaz/12/07/2024/6690e22c9a7947091e43f456> (дата обращения: 17.03.2025).
7. ОЭЗ ТРТ ВЕДУЧИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://оэз.пф/zone/veduchi/> (дата обращения: 27.03.2025).
  8. О мерах поддержания туристско-рекреационного комплекса в СКФР в 2025г.
  9. Роза Хутор // Интеррос [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interros.ru/projects/roza-khutor/history/> (дата обращения: 14.04.2025).
  10. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/documents/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/> (дата обращения: 17.03.2025).
  11. Стратегия развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/baFg52ofzt88S0GnFEQTWV4fiVjrvoyz.pdf> (дата обращения: 17.03.2025).
  12. Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 года, утвержденной Правительством Российской Федерации от 30 апреля 2022 года № 1089-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://wsem.ru/publications/o\\_merakh\\_podderzhki\\_turistsko\\_rekreatsionnogo\\_kompleksa\\_v\\_skfo\\_v\\_2025\\_g\\_32724/](https://wsem.ru/publications/o_merakh_podderzhki_turistsko_rekreatsionnogo_kompleksa_v_skfo_v_2025_g_32724/) (дата обращения: 21.03.2025).
  13. Стратегия развития Северокавказского федерального округа: Вызовы и решения / Батов Гумар Хасанович // Актуальные вопросы экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-razvitiya-severokavkazskogo-federalnogo-okruga-vyzovy-i-resheniya> (дата обращения: 11.04.2025).
  14. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 14.04.2025).
-

## ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИЗМА ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

**Красавцев И.В.**, инженер, аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [krassavtseviv@yandex.ru](mailto:krassavtseviv@yandex.ru)

**Хусаинова Е.С.**, младший научный сотрудник, ФАУ «Единый научно-исследовательский и проектный институт пространственного планирования Российской Федерации», [kvasha.yek@mail.ru](mailto:kvasha.yek@mail.ru)

**Аннотация.** В статье показано, как Вологодская область может использовать цели устойчивого развития ООН как рамки для развития устойчивого туризма: от «зеленых» технологий и экотуризма до улучшения кадровой подготовки, и инфраструктуры. Рассмотрены конкретные меры – поддержка профессионалов, модернизация образовательных программ, субсидирование и партнерство государства, бизнеса и сообществ, которые превратят туризм в эффективный инструмент социально-экономического роста региона.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, туризм, Вологодская область

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## UNITED NATIONS SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS AS A STRATEGIC INSTRUMENT FOR IMPROVING TOURISM COMPETITIVENESS OF VOLOGDA REGION (RUSSIAN FEDERATION)

**Krasavtsev I.V.**, Engineer, Graduate student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Khusainova E.S.**, Junior Researcher, State Research and Design Institute for Spatial Planning of the Russian Federation

**Abstract.** The article shows how the Vologda Region can use the UN Sustainable Development Goals as a framework for developing sustainable tourism: from green technologies and ecotourism to improving workforce training and infrastructure. It outlines concrete measures – supporting professionals, modernizing educational programs, providing subsidies, and fostering partnerships among government, business, and communities – that will turn tourism into an effective instrument of the region's socio-economic growth.

**Keywords:** sustainable development, tourism, Vologda region

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

В условиях глобальных вызовов и трансформации социально-экономических процессов туризм становится не только драйвером регионального развития, но и важным инструментом для достижения целей устойчивого развития (ЦУР), принятых ООН в 2015 году. Вологодская область, обладая богатым природным и культурным потенциалом, имеет уникальную возможность интегрировать принципы устойчивости в свою туристическую стратегию, что позволит повысить конкурентоспособность региона на внутреннем и международном рынках. Устойчивый туризм предполагает баланс между экономическими выгодами, социальной справедливостью и сохранением окружающей среды, что идеально соотносится с 17 целями ООН [7].



1. Ликвидация нищеты.
2. Ликвидация голода.
3. Хорошее здоровье и благополучие.
4. Качественное образование.
5. Гендерное равенство.
6. Чистая вода и санитария.
7. Недорогостоящая и чистая энергия.
8. Достойная работа и экономический рост.
9. Индустриализация, инновации и инфраструктура.
10. Уменьшение неравенства.
11. Устойчивые города и населенные пункты.
12. Ответственное потребление и производство.
13. Борьба с изменением климата.
14. Сохранение морских экосистем.
15. Сохранение экосистем суши.
16. Мир, правосудие и эффективные институты.
17. Партнерство в интересах устойчивого развития.

Этот подход не только способствует привлечению туристов, но и укрепляет репутацию региона как ответственного и привлекательного направления, способного предложить качественный туристический продукт.

Устойчивое развитие туризма представляет собой подход, который обеспечивает экономический рост, социальное благополучие и экологическую стабильность, сохраняя ресурсы для будущих поколений. ЦУР, принятые ООН, являются глобальным планом действий до 2030 года и охватывают такие ключевые аспекты, как борьба с бедностью, обеспечение равенства, защита экосистем и укрепление партнерств. Для Вологодской области эти цели могут стать не просто ориентирами, а стратегическим инструментом, позволяющим вывести туризм на новый уровень, сделать его конкурентоспособным и привлекательным для посетителей, сохраняя при этом уникальные природные и культурные особенности региона. Интеграция ЦУР в стратегию развития туризма региона способствует решению множества задач: от создания рабочих мест до модернизации инфраструктуры, что делает этот процесс важным шагом на пути к устойчивому будущему [3].

Туризм в Вологодской области обладает значительным потенциалом для реализации ряда ключевых ЦУР. Например, ЦУР 11, направленная на создание устойчивых городов и населенных пунктов, подчеркивает важность благоустройства территорий, модернизации инфраструктуры и формирования привлекательного облика городов и поселений. В регионе разработка туристских мастер-планов, интегрированных с генеральными планами, позволяет гармонично сочетать развитие туризма с пространственным планированием. Проекты экологических троп, глэмпингов и рекреационных зон повышают туристическую привлекательность и способствуют сохранению природного наследия, что напрямую связано с ЦУР 15, посвященной сохранению экосистем суши [4]. Такие инициативы не только привлекают туристов, но и подчеркивают приверженность региона принципам устойчивости, что укрепляет его позиции на рынке.

ЦУР 8, связанная с обеспечением достойной работы и экономическим ростом, также имеет большое значение для Вологодской области, где средняя зарплата в туристической отрасли составляет 26 тыс. рублей, что на 54% ниже регионального уровня [6]. Это создает серьезную проблему с привлечением и удержанием кадров. Для решения этой задачи необходимы меры, такие как повышение престижа профессий в туризме, субсидирование социальных пакетов и программы переподготовки. Развитие туризма обладает мультипликативным эффектом: рост рабочих мест в гостиничном бизнесе, транспорте и общественном питании способствует экономическому подъему и снижению гендерного неравенства, что соответствует ЦУР 5. Стоит отметить, что 76% сотрудников туристической отрасли региона – женщины, что подчеркивает социальную значимость этого направления [1]. Таким образом, развитие туризма может стать инструментом не только экономического, но и социального прогресса.

Подготовка квалифицированных специалистов для туристической отрасли требует модернизации образовательных программ, что напрямую связано с ЦУР 4, посвященной качественному образованию. Устаревшие учебные планы и недостаток практических навыков у выпускников тормозят развитие отрасли. Внедрение кейсовых методов, привлечение экспертов из индустрии и увеличение часов стажировок помогут подготовить кадры, соответствующие современным требованиям. Кроме того, развитие социального туризма, включая маршруты для детей, пенсионеров и людей с ограниченными возможностями, сокращает социальное неравенство, что соответствует ЦУР 10 и делает отрасль более инклюзивной [2]. Эти меры не только повышают доступность туризма, но и способствуют формированию положительного имиджа региона как социально ориентированного направления.

Экологическая устойчивость занимает центральное место в развитии туризма Вологодской области и связана с ЦУР 12, направленной на ответственное потребление и производство, а также с ЦУР 13, посвященной борьбе с изменением климата. Внедрение стандартов ISO 14001, сокращение использования пластика, переход на возобновляемые источники энергии и переработка отходов позволяют снизить нагрузку на окружающую среду. Гостиницы региона могут стать лидерами в применении «зеленых» технологий, что укрепит репутацию Вологодской области как экологически ответственного направления [6]. Такой подход не только отвечает глобальным вызовам, но и привлекает туристов, для которых экологическая ответственность становится важным фактором при выборе места отдыха.

Эффективное сотрудничество между государством, бизнесом и местными сообществами является залогом успеха устойчивого туризма, что отражено в ЦУР 17, посвященной партнерству в интересах устойчивого развития. Участие в федеральных программах, таких как «Открытая промышленность», и межрегиональное сотрудничество открывают новые возможности для промышленного туризма, что связано с ЦУР 9. Продвижение брендов «Душа Русского Севера» и «Родина Деда Мороза» через выставки, цифровую рекламу и партнерства с блогерами повышает узнаваемость региона [5]. Эти шаги укрепляют туристический потенциал области и способствуют привлечению инвестиций, что является важным фактором повышения конкурентоспособности.

Для реализации ЦУР и повышения конкурентоспособности Вологодской области важно развивать приоритетные виды туризма, учитывающие местные особенности. Круизный туризм обладает большим потенциалом благодаря водным путям протяженностью 1577 км, включая Волго-Балтийский путь. В 2019 году было зафиксировано 764 – судозахода, а после пандемии кластер «Русские берега» помог восстановить поток: в 2022 году – более 300 судозаходов и 55 тысяч туристов [5]. Этот вид туризма поддерживает ЦУР 8, способствуя экономическому росту, и ЦУР 17, укрепляя партнерства. Развитие круизного туризма не только приносит экономическую выгоду, но и подчеркивает уникальность региона как части исторических водных путей России.

Горнолыжный туризм также имеет перспективы развития, однако его сезонность (декабрь–апрель) и ограниченная география требуют доработки. Создание круглогодичных курортов и расширение сети комплексов повысят стабильность доходов и привлекут больше туристов, что соответствует ЦУР 8 и ЦУР 11. Экотуризм, включая заповедники и экологические тропы, способствует сохранению биоразнообразия, что связано с ЦУР 15, а промышленный туризм популяризирует местные предприятия, поддерживая ЦУР 9. Однако из 188 объектов промышленного туризма лишь 38 открыты для посещения, что требует усиления маркетинга. Развитие этих направлений позволяет диверсифицировать туристический продукт и сделать его более устойчивым к внешним факторам.

Туризм в Вологодской области сталкивается с рядом проблем, таких как низкие зарплаты, сезонность и недостаточная инфраструктура. Решение этих вопросов требует комплексного подхода: субсидии и переподготовка кадров помогут повысить зарплаты, развитие круглогодичных продуктов, таких как фестивали и спа-курорты, нивелирует сезонность, а инвестиции и участие в федеральных программах улучшат инфраструктуру [4]. Эти меры позволят преодолеть существующие барьеры и создать условия для устойчивого роста отрасли, что сделает регион более конкурентоспособным на туристическом рынке.

Комплексное планирование с учетом пространственной организации и законодательной базы минимизирует риски. Интеграция ЦУР в стратегию туризма Вологодской области усиливает ее конкурентоспособность, обеспечивая сбалансированный рост. Этот подход не только привлекает туристов, но и делает регион примером устойчивого развития для других субъектов России. Таким образом, ЦУР становятся не только глобальной рамкой, но и практическим инструментом, позволяющим Вологодской области реализовать свой туристический потенциал, сохраняя при этом баланс между экономикой, экологией и социальной сферой.

#### Список источников:

1. Гендерное неравенство РФ // Социальные проблемы РФ. [Электронный ресурс]. – URL: [https://tochno.st/problems/gender\\_inequality](https://tochno.st/problems/gender_inequality) (дата обращения: 10.05.2024).
2. Карпова Ю.И., Волкова Т.А., Комаров Д.А., Максимов Д.В. Социальный туризм в Российской Федерации // Успехи современного естествознания. — 2023. — № 7. — С. 32–41.
3. Кружалин В.И., Меньшикова Т.Н., Кружалин К.В. Стратегическое планирование как основа устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации // Географический вестник. — 2022. — №. 1(60). — С. 136-149.
4. Орлова В.С., Леонидова Е.Г. Туристский потенциал Вологодской области // Проблемы развития территории. — 2011. — Т. 56. — №. 4. — С. 51-57.
5. Официальный портал о туризме в Вологодской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://vologdatourinfo.ru/> (дата доступа: 10.05.2025).
6. Статистика зарплат в Вологодской области за 2024 // Город работ. ру. [Электронный ресурс]. – URL: Статистика зарплат в Вологодской области за 2024 (дата обращения: 10.05.2025).
7. Цели в области устойчивого развития ООН // Официальный сайт ООН. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 10.05.2025).

## ПЕРСПЕКТИВЫ ОПТИМИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Макаренко В.С.**, доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет, канд. геогр. наук, [vadim251@yandex.ru](mailto:vadim251@yandex.ru)

**Зинина П.А.**, студент факультета «Сервис и туризм», Донской государственный технический университет, [zinnia.polina04@yandex.ru](mailto:zinnia.polina04@yandex.ru)

**Аннотация.** Современный туристский рынок сталкивается с новыми вызовами и требованиями, что делает повышение качества туристского сервиса особенно актуальным. В данной статье качество сервиса рассматривается не только как способ привлечения туристов, но и как неотъемлемая часть устойчивого развития. Устойчивое развитие туризма подразумевает баланс между экономической, социальной и экологической составляющими, и именно качество сервиса может служить ключевым механизмом для достижения этой цели.

**Ключевые слова:** туризм, туристский сервис, устойчивое развитие, ответственный туризм, туристские услуги, повышение качества.

## PROSPECTS FOR OPTIMISING THE SERVICE COMPONENT OF POTENTIAL SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN ROSTOV REGION

**Makarenko V.S.**, Associate Professor, Department of «Service, Tourism and Hospitality industry», Don State Technical University, Candidate of Geographic Sciences

**Zinina P.A.**, Student, Faculty of «Service and Tourism», Don State Technical University

**Annotation.** The modern tourism market is facing new challenges and requirements, which makes improving the quality of tourist services especially relevant. In this article, the quality of service is considered not only as a way to attract tourists, but also as an integral part of sustainable development. Sustainable tourism development implies a balance between economic, social and environmental components, and it is the quality of service that can serve as a key mechanism to achieve this goal.

**Keywords:** tourism, tourism service, sustainable development, responsible tourism, tourism services, quality improvement

Согласно определению ЮНВТО и Всемирного Совета по туризму и путешествиям (WTTC), устойчивый туризм отвечает потребностям как туристов, посещающих туристские центры, так и населения последних; кроме того, он предполагает обеспечение и оптимизацию перспектив будущего развития. Ресурсы используются таким образом, чтобы удовлетворить экономические, социальные и эстетические потребности, но при этом сохранить культурную уникальность, важнейшие экологические особенности, многообразие биологических видов и жизненно важные системы [7].

Туризм является основным двигателем экономического роста. Однако стремительное развитие отрасли привело к ухудшению состояния окружающей среды, коммерциализации культуры и чрезмерному туризму в популярных местах. Для решения этих проблем появилась концепция устойчивого туризма, в которой особое внимание уделяется ответственному путешествию, приносящему пользу местным сообществам и сохраняющему природное и культурное наследие.



Устойчивый туризм признает, что будущее сектора туризма зависит от защиты жизни во всем ее разнообразии. Он объединяет экономические и экологические проблемы, например, за счет сохранения природных территорий, что обеспечивает увеличение доходов от туризма для будущего сохранения. Учитывая важность туризма в мировой экономике, сектор должен взять на себя инициативу на пути к устойчивому развитию. В то же время, поскольку культурные и природные ресурсы лежат в основе его деятельности, туризм заинтересован в этом [6].

Важнейшим компонентом устойчивого туризма является качество услуг, предоставляемых посетителям. Качественные услуги повышают удовлетворенность туристов, стимулируют повторные посещения и способствуют формированию положительного имиджа места назначения. И наоборот, низкое качество обслуживания может привести к негативным отзывам, снижению числа посетителей и репутационному ущербу. В этой статье рассматривается, как повышение качества обслуживания способствует устойчивому развитию туризма, на основе анализа научной литературы и передового отраслевого опыта.

Согласно определению понятия «сервис» в словаре-справочнике «Сервис и туризм» (2008) - это деятельность субъекта или организации по качественному удовлетворению потребностей и интересов индивида или предприятия в различных сферах повседневной деятельности путем предоставления ему услуг [4]

Ф. Котлер услугу характеризует как мероприятие или выгоду, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к овладению чем-либо. Он не дает определение понятию «сервис» и для смыслового различения понятий «сервис» и «услуга» использует характеристику - «качество оказания услуги» [2]. Сходный подход к понятию у Д.Шоула, рассматривающего сервис как стратегию воздействия на клиентов, как инвестиции в культуру компаний, как способ создания конкурентных преимуществ организации [5].

Основными функциями сервиса в туризме являются [1]:

– доведение до потребителя материальных и нематериальных благ в соответствии с индивидуальными вкусами и запросами путем предоставления;

- соответствующих услуг;
- обслуживание процесса их потребления;
- создание условий для быта, отдыха и досуга;
- способствование увеличению свободно.

В индустрии туризма «качество туристских услуг» предполагает [3]:

- выявление потребностей клиентов туристской организации с целью их последующей реализации – туристская организация должна непрерывно осуществлять мониторинг потребительского предпочтения и на основании его результатов предоставлять туристские услуги, соответствующие потребностям клиентов;
- правильное оказание услуг, удовлетворяющих потребности клиентов фирмы – в структуре туристского предприятия должны находиться только высококвалифицированные сотрудники, обеспечивающие удобство и комфорт в процессе получения клиентом услуги турфирмы;
- непрерывная работа над усовершенствованием качества предоставления туристских услуг, обеспечивающая постоянство качества обслуживания.

Качество туристского сервиса является ключевым фактором, определяющим не только успех бизнеса, но и его вклад в устойчивое развитие региона. Рассмотрим более подробно, как уровень сервиса влияет на различные аспекты устойчивого развития.

Говоря о сфере туризма, уровень обслуживания является основным фактором, определяющим выбор туристов. В условиях острой конкуренции между отдельными туристскими направлениями и предприятиями высокое качество обслуживания может способствовать привлечению большего потока клиентов и повышению эффективности работы туристского предприятия. Кроме того, туристы, которым был предоставлен высокий уровень сервиса, становятся в большей степени удовлетворены своим путешествием, что повышает вероятность их повторных визитов и рекомендаций другим через, так называемое, «сарафанное радио». Таким образом, увеличивается число отдыхающих, что создает благоприятные условия для создания новых рабочих мест в сфере обслуживания, гостиничного бизнеса, транспорта и развлечений.

В том числе, высокий уровень обслуживания способствует формированию положительного имиджа дестинации и привлекает туристов, что, в свою очередь, ведет к увеличению доходов от туристской сферы на рынке определенных ареалов. Именно качество обслуживания является одним из основных элементов, формирующих общее впечатление о посещаемом регионе.

Методы и подходы к повышению качества сервисно-туристского обслуживания представляют собой комплекс мер, направленных на оптимизацию предоставляемых услуг и повышение удовлетворенности клиентов. Самым главным из таких направлений можно выделить обучение и развитие персонала, способствующие формированию высококвалифицированной команды, которая будет в состоянии эффективно общаться с потребителями услуг. Регулярно проводимые тренинги, семинары и курсы повышения квалификации дают возможность сотрудникам не только осваивать новые компетенции, но и развивать коммуникационные навыки, что имеет решающее значение в туристской отрасли. К тому же, инвестирование в развитие кадрового потенциала способствует повышению мотивации сотрудников, их вовлеченности и созданию позитивной атмосферы на рабочем месте, что напрямую влияет на качество предоставляемых услуг.

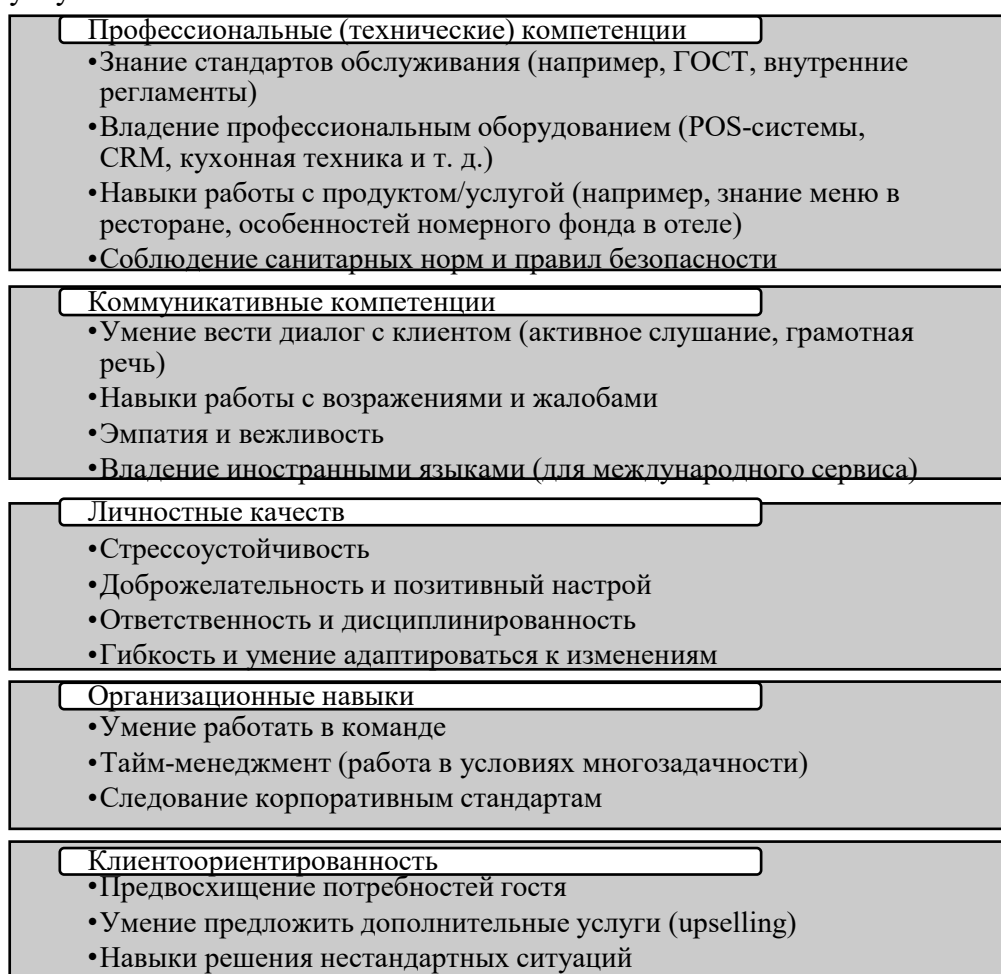


Рис. 1. Модели компетенций обслуживаемого персонала

В современных реалиях индустрия гостеприимства располагает набором взаимосвязанных методов повышения качества обслуживания, среди которых особое место занимают системные подходы к обучению персонала и интеграция технических нововведений. Процесс профессионального развития сотрудников – это непрерывный цикл, который начинается с создания развернутых моделей компетенций, представленных на рисунке 1, для различных должностей и предполагает внедрение модульных программ обучения, обновляемых в соответствии с меняющимися требованиями рынка. Особенно эффективно проходят профильные тренинги, направленные на практику приемов коммуникации в сервисе, включая вербальные и невербальные аспекты взаимодействия, а также методы решения конфликтных ситуаций на основе анализа

реальных кейсов. При этом оценка эффективности обучения проводится с помощью целой системы показателей, включающей проведение регулярных аудитов сервиса с участием тайных покупателей, исследование индексов удовлетворенности клиентов и многоуровневую оценку профессиональных компетенций.

Особенно эффективно проходят профильные тренинги, направленные на практику приемов коммуникации в сервисе, включая вербальные и невербальные аспекты взаимодействия, а также методы решения конфликтных ситуаций на основе анализа реальных кейсов. При этом оценка эффективности обучения проводится с помощью целой системы показателей, включающей проведение регулярных аудитов сервиса с участием тайных покупателей, исследование индексов удовлетворенности клиентов и многоуровневую оценку профессиональных компетенций.

Вместе с вышеперечисленным активно внедряются и цифровые технологические средства, трансформирующие традиционные подходы к обслуживанию. Современные технологии, такие как искусственный интеллект для персонализированного обслуживания, платформы онлайн-бронирования и мобильные приложения с мгновенной обратной связью, создают принципиально новые возможности для повышения качества обслуживания.

Параллельно с развитием человеческого капитала происходит активное внедрение цифровых решений, трансформирующих традиционные подходы к обслуживанию. Современные технологии, такие как искусственный интеллект для персонализированного сервиса, онлайн-платформы для бронирования, а также мобильные приложения с функцией мгновенной обратной связи, создают принципиально новые возможности для повышения качества услуг.

При этом особое значение приобретают интегрированные методики, такие как геймификация процессов контроля качества через системы мотивации персонала, а также клиентоориентированные практики. Регулярный мониторинг эффективности через количественные показатели удовлетворенности и качественные исследования фокус-групп позволяют непрерывно совершенствовать сервисные стандарты, обеспечивая устойчивое конкурентное преимущество в условиях динамично развивающегося туристского рынка.

Повышение качества туристского сервиса невозможно без тщательного анализа текущего состояния обслуживания и выявления ключевых проблемных зон. Первым этапом такой диагностики становится сбор и систематизация обратной связи от клиентов через различные каналы, анкетирование гостей по завершении их пребывания, а также мониторинг жалоб и рекламаций в книге отзывов и предложений. Особое значение приобретает выявление повторяющихся негативных оценок, указывающих на системные недостатки сервиса, а не единичные случаи. Параллельно проводится внутренний аудит качества, включающий оценку соблюдения стандартов обслуживания на всех этапах взаимодействия с клиентом – от бронирования до выезда. Специалисты по контролю качества анализируют соответствие фактического уровня сервиса заявленным стандартам компании, выявляя расхождения в таких аспектах как время обработки запросов, вежливость персонала, чистота номеров и общественных зон, качество питания и организация экскурсионного обслуживания.

Как уже упоминалось выше, важным инструментом диагностики выступает метод тайного покупателя, когда специально подготовленные оценщики под видом обычных туристов тестируют различные элементы сервиса, фиксируя как очевидные недостатки (например, длительное ожидание обслуживания), так и более тонкие нюансы (недостаточную осведомленность персонала о местных достопримечательностях). Не менее значимым является сравнительный анализ с конкурентами – изучение сервисных практик лидеров рынка позволяет выявить отставание в определенных аспектах обслуживания. Особое внимание уделяется «узким местам» во взаимодействии, когда низкое качество сервиса обусловлено не недостатками работы конкретных сотрудников, а несовершенством бизнес-процессов или отсутствием четких регламентов.

Для системного повышения качества туристского сервиса необходимо разработать комплексную стратегию, охватывающую как внедрение улучшений, так и контроль их результативности. Первостепенное значение имеет создание рабочей группы по качеству, в которую войдут представители ключевых подразделений – от службы приема и размещения до экскурсионного отдела. Эта группа должна разработать поэтапный план внедрения изменений,

начиная с пилотных проектов на отдельных направлениях с последующим масштабированием успешных практик. Важно обеспечить вовлеченность всего персонала через программу мотивации, включающую как материальные стимулы, так и нематериальное поощрение лучших сотрудников. Для успешной реализации инициатив необходимо предусмотреть бюджет на обучение персонала, технологическое оснащение и маркетинговое продвижение новых стандартов сервиса.

Ключевым элементом стратегии является внедрение системы постоянного мониторинга, позволяющей оперативно оценивать эффективность принятых мер. Для этого рекомендуется использовать комбинацию количественных и качественных методов оценки: регулярные замеры индекса удовлетворенности клиентов (CSI), анализ динамики онлайн-отзывов, ежемесячные аудиты качества с привлечением тайных покупателей. Особое внимание следует уделять отслеживанию ключевых показателей эффективности (KPI), таких как процент повторных обращений, средний балл оценок сервиса, время реагирования на запросы клиентов. Технологические решения в виде CRM-систем с аналитическими модулями позволят автоматизировать сбор и обработку данных, выявляя тенденции и проблемные зоны.

Для обеспечения устойчивости результатов важно создать механизм постоянного совершенствования, включающий ежеквартальные совещания по анализу показателей качества, обновление стандартов обслуживания и регулярный пересмотр обучающих программ для персонала. Рекомендуется внедрить практику ежемесячных отчетов по качеству сервиса для руководства с визуализацией динамики ключевых показателей. Особую ценность представляет создание базы знаний, куда будут заноситься успешные кейсы решения проблем и лучшие практики обслуживания. Не менее важным является прозрачное информирование клиентов о проводимых улучшениях через сайт компании, информационные материалы в местах размещения и рассылки, что усилит доверие и лояльность гостей.

В Ростовской области ряд гостиничных холдингов достаточно крупного уровня, среди которых такие известные сети, как Hyatt Regency, Mercure, а также крупные отели «Арка» и «Амакс», уже реализуют системные программы по обучению персонала, направленные на повышение качества обслуживания. Однако следует отметить, что подобные методы в основном распространены в сегменте отелей выше 2-3 звезд, в то время как значительная часть гостиничного фонда региона, особенно в эконо-сегменте, остается вне сферы системного контроля состояния и улучшения качества сервиса. Для решения этой проблемы представляется целесообразным, помимо обязательных тренингов, введение единой обязательной системы анкетирования для оценки качества гостиничных услуг в Ростовской области. Такая система предполагает разработку стандартизированной анкеты, включающей в себя перечень ключевых показателей удовлетворенности гостей, соответствующих как международным стандартам качества в индустрии гостеприимства, так и особенностям регионального туристского рынка.

Реализация данной концепции предусматривает создание единых инструментов сбора отзывов, доступных через различные каналы – мобильные приложения отелей, личные кабинеты на официальных сайтах, а также традиционные бумажные анкеты для гостей, которым наиболее удобны обычные виды анкетирования. Отдельное внимание следует уделить интеграции системы опроса с современными CRM-платформами, что позволит автоматизировать процесс сбора и анализа данных, оперативно выявлять проблемные сферы и оперативно принимать управленческие решения. Внедрение такой системы будет способствовать не только повышению прозрачности оценки качества обслуживания во всех сегментах гостиничного бизнеса, но и создаст здоровую конкурентную среду, мотивируя владельцев даже небольших отелей к постоянному совершенствованию сервиса.

Важным аспектом предложенной модели является возможность ее интеграции с другими методами контроля качества, упомянутыми в исследовании, такими как методика «тайный покупатель» и регулярный аудит обслуживания. Это создаст целостную систему мониторинга, обеспечивающую комплексную оценку качества гостиничных услуг. При этом для успешной реализации проекта необходимо обеспечить механизмы административной поддержки на региональном уровне, а также разработать систему стимулов для гостиничных предприятий, включая возможность использования положительных результатов оценки в маркетинговых целях.



В заключение, исходя из проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Качество сервисного обслуживания выступает ключевым фактором устойчивого развития туристской отрасли в Ростовской области, обеспечивая баланс между экономической эффективностью, социальной ответственностью и экологической безопасностью.
2. Существующий разрыв в уровне сервиса между гостиничными предприятиями различной категории требует внедрения унифицированной системы оценки качества, включающей обязательное анкетирование гостей, интеграцию с CRM-системами и регулярный аудит обслуживания.
3. Профессиональная подготовка персонала через внедрение моделей компетенций и систематические тренинги являются необходимым условием повышения стандартов обслуживания во всех сегментах гостиничного хозяйства региона.
4. Цифровизация процессов сбора и анализа обратной связи позволяет создать прозрачную систему мониторинга качества услуг, обеспечивающую оперативное выявление проблемных зон и принятие управленческих решений.
5. Реализация предложенных мер требует разработки механизмов государственной поддержки и стимулирования гостиничных предприятий, что будет способствовать формированию единых стандартов обслуживания на территории региона.
6. Комплексный подход к оптимизации сервисной составляющей, сочетающий современные технологии, кадровое развитие и систему контроля качества, способен обеспечить устойчивую конкурентоспособность туристского комплекса Ростовской области на национальном и международном уровнях.

#### Список источников:

1. Коновалова Е.Е. Теоретические аспекты развития сервисной деятельности в туризме / Е.Е. Коновалова // Национальная ассоциация ученых – 2015.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Экспресс курс. — СПб.: Питер, 2011. — 291 с.
3. Несук П.И., Медведева О.С. Качество услуг как фактор устойчивого развития туристских компаний / П.И. Несук, О.С. Медведева // Экономика и бизнес: теория и практика — 2025.
4. Сервис и туризм: словарь-справочник / Под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. — М.: Альфа-М, 2013. — 432 с.
5. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Д.Шоул. пер. С англ. — 2-е изд., испр. И доп. — М.: Альпина Бизнс Букс, 2011. — 338 с.
6. ЮНВТО. (2011) Устойчивое развитие туризма / Стремление к туризму, путешествиям и Целям развития тысячелетия. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sdt.unwto.org/> (дата обращения: 30.03.2025).
7. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO. — 2005. — Pp.11-12.

УДК 379.85

## СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА НА БАЗЕ ВЫСШИХ ЗАВЕДЕНИЙ

**Макаренко В.С.,** доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет, канд. геогр. наук, [vadim251@yandex.ru](mailto:vadim251@yandex.ru)

**Чернова С.А.,** студент факультета «Сервис и туризм», Донской государственный технический университет, [sofiya.chernova.2005@list.ru](mailto:sofiya.chernova.2005@list.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика развития научно-популярного туризма на базе высших учебных заведений. Анализируются основные аспекты, способствующие формированию этого вида туризма, включая образовательные программы, научные исследования и культурные мероприятия. Обсуждаются примеры успешных практик, а также потенциальные проблемы и пути их решения. В заключение подчеркивается важность интеграции научно-популярного туризма в образовательный процесс и его влияние на развитие научной культуры в обществе.

**Ключевые слова:** Научно-популярный туризм, высшие учебные заведения, образовательные программы, научные исследования, культурные мероприятия.

## THE SPECIFICS OF THE DEVELOPMENT OF POPULAR SCIENCE TOURISM BASED ON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

**Makarenko V.S.,** Associate Professor, Department of «Service, Tourism and Hospitality industry», Don State Technical University, Candidate of Geographic Sciences

**Chernova S.A.,** Student, Faculty of «Service and Tourism», Don State Technical University

**Abstract:** The article examines the specifics of the development of science popular tourism based on higher educational institutions. The main aspects contributing to the formation of this type of tourism are analyzed, including educational programs, scientific research, and cultural events. Successful practices are discussed, as well as potential problems and ways to solve them. In conclusion, the importance of integrating science popular tourism into the educational process and its impact on the development of scientific culture in society is emphasized.

**Keywords:** Science popular tourism, higher educational institutions, educational programs, scientific research, cultural events.

Значимость науки во всем мире возрастает год от года. Развитие технического прогресса, замена человека роботом на тяжелых и опасных работах, новейшие разработки в лечении различных заболеваний и многое другое – это существующая реальность, результат деятельности конкретных сотрудников и целых коллективов. Сегодня все понимают, что без развития науки, государство не сможет конкурировать с более развитыми в техническом и технологическом плане странами. Поэтому ст.11 Закона РФ от 23 августа 1996 г. №127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [1] закрепляет признание науки социально значимой отраслью, определяющей уровень развития производительных сил государства.

Туризм и образование – это сферы, где можно наблюдать проявление и внедрение различных образовательных и инновационных инструментов. В образовательной деятельности можно выделить следующие основные тренды [3]:

1. Непрерывное обучение – необходимость постоянного обновления знаний и навыков обусловлена стремительным развитием технологий, автоматизацией процессов и изменением требований рынка труда.

2. Тотальная цифровизация – массовый переход на дистанционные форматы обучения, ускоренный пандемией, привел к созданию цифровых образовательных сред, доступных для студентов по всему миру.

3. Открытые онлайн-курсы – популярность платформ с интерактивными программами по востребованным направлениям (ИТ, маркетинг, дизайн) растет, поскольку они обеспечивают гибкость и доступность обучения для широкой аудитории.

4. Адаптивное обучение – персонализированный подход к образованию, учитывающий уровень знаний, способности и мотивацию обучающихся, требует значительных ресурсов для внедрения, но повышает эффективность обучения.

5. Изменение роли преподавателя – современный педагог выступает не только как носитель знаний, но и как наставник, развивающий у студентов навыки критического мышления, анализа информации и самостоятельного обучения.

6. Гибридное обучение – комбинирование очного и онлайн-форматов, особенно востребованное в крупных городах, создает новые вызовы для преподавателей, которым необходимо удерживать внимание разнородной аудитории.

7. Практико-ориентированное обучение – усиление связи между теорией и практикой через сотрудничество с индустрией (стажировки, мастер-классы, участие в профессиональных мероприятиях), которое способствует формированию актуальных компетенций у студентов.

В то же время существует много факторов, которые не привлекают молодых людей в науку и задача России, создать условия, при которых молодое поколение будет заинтересовано в том, чтобы связать себя с наукой. В связи с этим, актуальным является внедрение научно-популярного туризма на базе высших учебных заведений, среди как абитуриентов, так и студентов, с целью их знакомства с наукой и привлечения в данную сферу.

В Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации до 2035 года дано определение научно-популярного туризма, под которым понимаются «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, осуществляющиеся по утвержденным маршрутам с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, с соблюдением требований безопасности и режима охраны указанных объектов, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий» [4].

Крылова Е.А. дает следующее определение научно-популярного туризма: «Отличительной особенностью такого туризма от обычного является ориентированная по интересам программа, которая может включать в первую очередь тематическое посещение образовательных, научных и иных профессиональных учреждений, лабораторий, обсерваторий, встречи с российскими учеными и специалистами, а также и культурную программу» [5].

В тоже время, некоторые авторы, такие как Афанасьева А.В., Логвина Е.В., Христов Т.Т., считают научно-популярный туризм – разновидностью научного, поскольку – это феномен, сложившийся на основе пересечения науки, туризма и волонтерской деятельности. Исходя из этого научно-популярный туризм тесно связан с научным туризмом и гражданской наукой. Отличие научно-популярного туризма и научного туризма в том, что последний выступает более широким понятием, связанным с научной мотивацией туриста (экскурсанта). При этом научная мотивация разных категорий туристов будет отличаться глубиной и наличием или отсутствием специальных знаний [2].

Современная парадигма развития научно-популярного туризма в высших учебных заведениях характеризуется переходом от традиционных форм трансляции научного знания к инновационным методам интерактивного вовлечения аудитории. Данная трансформация обусловлена необходимостью преодоления когнитивного барьера между академической средой и широкой общественностью.

Анализ современных практик позволяет выделить несколько ключевых направлений развития научно-популярного туризма:

1. Иммерсивные образовательные технологии приобретают особую значимость в контексте научно-популярного туризма. Вузы активно внедряют VR-симуляции научных экспериментов, AR-гидов по исследовательским центрам и интерактивные лабораторные комплексы. Например, МГУ имени М.В. Ломоносова реализует проект «Виртуальные лаборатории», позволяющий дистанционно участвовать в физических и химических опытах.

2. Также событийный научный туризм становится эффективным инструментом популяризации науки. Фестивали науки, ночи исследователей, научные стендапы и тематические квесты формируют новую коммуникативную среду.

3. Кроме того, персонализация образовательных маршрутов отражает переход к клиентоориентированной модели научного туризма. Разработка модульных программ с вариативным уровнем сложности позволяет учитывать когнитивные особенности различных возрастных и социальных групп.

Что касается, организации научно-популярного туризма на базе высших учебных заведений, то она представляет собой перспективное направление, тесно связанное с профориентационной работой. Интеграция этих двух сфер способствует формированию у школьников и абитуриентов осознанного интереса к научной и профессиональной деятельности, а также обеспечивает популяризацию науки и высшего образования. Научно-популярный туризм, предполагающий посещение университетских лабораторий, исследовательских центров, музеев и инновационных площадок, позволяет участникам в интерактивной форме познакомиться с актуальными научными направлениями, современными технологиями и потенциальными карьерными траекториями.

Вузы, обладая значительным научно-техническим потенциалом, выступают идеальной платформой для реализации подобных программ. Посещение университетских кампусов, участие в мастер-классах, экспериментах и научных шоу создает у молодежи представление о реальной исследовательской и профессиональной среде. Это не только повышает мотивацию к обучению, но и способствует ранней профессиональной самоидентификации. Кроме того, взаимодействие с учеными, преподавателями и студентами позволяет участникам получить достоверную информацию о специфике различных специальностей и требованиях современного рынка труда.

Важным аспектом является то, что научно-популярный туризм способствует преодолению разрыва между теоретическими знаниями, получаемыми в школе, и их практическим применением в науке и производстве. Такие мероприятия, как тематические экскурсии, научные квесты или летние школы, не только расширяют кругозор, но и помогают участникам увидеть перспективы дальнейшего образования и трудоустройства. Для вузов это, в свою очередь, становится эффективным инструментом привлечения талантливых абитуриентов, укрепления партнерских связей с образовательными учреждениями и предприятиями, а также повышения узнаваемости и престижа университета как центра научных и образовательных инноваций.

Ханина А.В. и Якименко М.В. выделяют формы, виды и технологии организации научно-популярного туризма и профориентационной работы, представленные на рисунке 1.

Таким образом, сочетание научно-популярного туризма и профориентационной работы на базе высших учебных заведений создает синергетический эффект, способствуя не только ранней профессиональной ориентации молодежи, но и развитию самой университетской среды. Это направление обладает значительным потенциалом для дальнейшего совершенствования, включая разработку новых форматов взаимодействия, использование цифровых технологий и расширение сетевого сотрудничества между образовательными и научными организациями.

Стоит отметить, что на данный момент, существует проблема некорректного восприятия научно-популярного туризма, организуемого на базе высших учебных заведений, как мероприятий, сводящихся исключительно к формату «дней открытых дверей» или поверхностному знакомству с инфраструктурой вуза. Несмотря на интеграцию в туристские маршруты научно-популярных лекций, мастер-классов и демонстраций, данный вид деятельности часто интерпретируется в отрыве от его познавательной и просветительской составляющей. Это приводит к искажению его сущности, которая предполагает не только ознакомление с



образовательной средой, но и углубленное взаимодействие с актуальными научными достижениями в доступной для широкой аудитории форме. Таким образом, возникает противоречие между заявленными целями научно-популярного туризма и его реальным восприятием участниками.

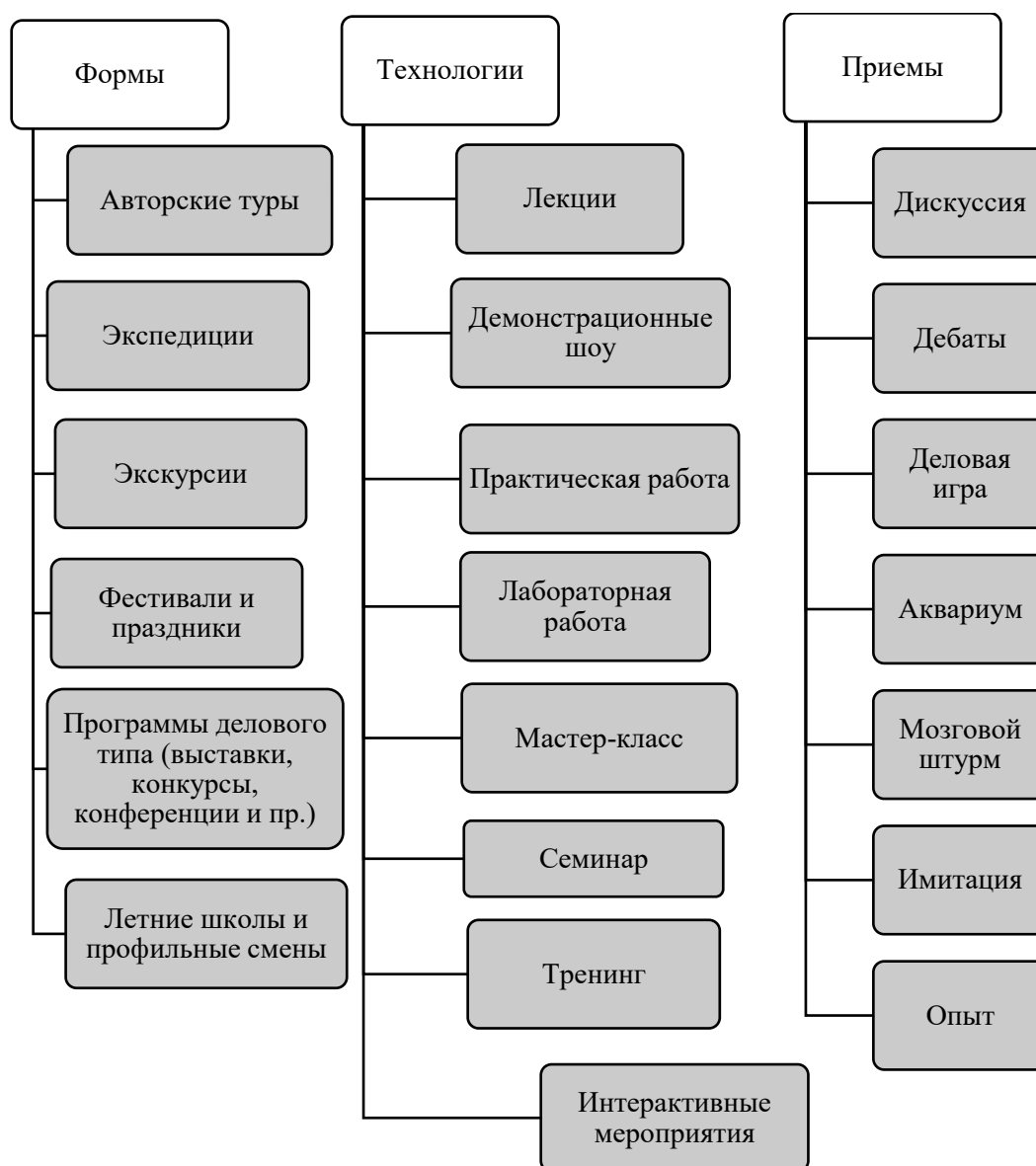


Рис. 1. Соотношение форм, видов и технологий организации научно-популярного туризма и профориентационной работы  
Источник: [6]

Подобное противоречие обусловлено недостаточной дифференциацией форматов взаимодействия с аудиторией, а также слабым акцентированием на научно-популярной составляющей в программах вузов. В результате даже при наличии специализированных мероприятий в рамках туристских маршрутов их значимость нивелируется на фоне стереотипного восприятия университетов исключительно как образовательных, а не научно-просветительских центров.

Несмотря на обозначенный негативный аспект научно-популярный туризм на базе высших учебных заведений представляет собой перспективное направление, способствующее популяризации науки, привлечению молодежи в исследовательскую сферу и укреплению связей между академической средой и обществом.

Для решения обозначенных проблем предлагаются следующие меры:

1. Разработка многоуровневых программ, учитывающих интересы и когнитивные особенности различных групп участников (школьников, абитуриентов, студентов, взрослой аудитории). Это позволит усилить научно-популярную составляющую и избежать стереотипного восприятия.

2. Активное внедрение инновационных технологий, таких как VR- и AR-симуляции, интерактивные лаборатории и цифровые гиды, которые сделают научный контент более доступным для широкой аудитории.

3. Усиление интеграции с профориентационной работой через создание тематических маршрутов, мастер-классов с учеными и студентами, а также организацию научных квестов и летних школ. Это поможет участникам увидеть практическое применение научных знаний и потенциальные карьерные возможности.

4. Повышение информационной поддержки мероприятий научно-популярного туризма, включая PR-кампании, сотрудничество с СМИ и социальными сетями, чтобы донести их просветительскую ценность и привлечь больше заинтересованных участников.

5. Развитие сетевого взаимодействия между вузами, научными центрами и предприятиями для создания комплексных программ, объединяющих образовательные, научные и культурные компоненты.

Реализация этих мер позволит преодолеть существующие противоречия, усилить роль научно-популярного туризма как инструмента популяризации науки и создать условия для его устойчивого развития. Интеграция данного направления в образовательный процесс не только способствует формированию научной культуры в обществе, но и открывает новые возможности для профессионального самоопределения молодежи, укрепляя тем самым научно-технический потенциал страны.

#### Список источников:

1. Ананичева Е.П. и др. Научно-популярный туризм в системе высшего образования Российской Федерации: правовой аспект // Сервис в России и за рубежом. – 2024. – Т. 18. – №. 3/112. – С. 73-86.
2. Афанасьева А.В., Логвина Е.В., Христов Т.Т. Методологические основы научно-популярного туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17. – №. 2 (104). – С. 5-25.
3. Киреева Ю.А., Макарова Д.Д. К вопросу о трендах в туризме и образовании: научно-популярный туризм / Ответственный редактор: Дашкова Елена Валерьевна, канд. филос. наук, доцент. – 2023. – С. 115.
4. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации до 2035 года: Утв. министром науки и образования РФ 25.01.2023 г.
5. Крылова Е.А. Научно-популярный туризм как новое туристическое направление в экономике России // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16. – №. 5. – С. 1829-1848.
6. Ханина А.В., Якименко М.В. Научно-популярный туризм, как вектор развития студенческого туризма в регионах России (на примере Южного федерального университета) / А.В. Ханина, М.В. Якименко // Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм. – 2023. – № 3 (19). – С. 35-42.

УДК 338.48+620.92

## ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИЭ В ООПТ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РФ

**Нефедова Л.В.**, старший научный сотрудник географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, [nefludmila@mail.ru](mailto:nefludmila@mail.ru)

**Рафикова Ю.Ю.**, старший научный сотрудник географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, [ju.rafikova@mail.ru](mailto:ju.rafikova@mail.ru)

**Соловьев Д.А.**, старший научный сотрудник ИО РАН им. П.П. Шишова, канд. физ.-мат. наук, [solovev@ocean.ru](mailto:solovev@ocean.ru)

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы оценки ресурсов возобновляемых источников энергии (ВИЭ) для энергоснабжения визит-центров и кордонов на заповедных территориях в Арктике с использованием ГИС-технологий. Выделены наиболее перспективные для этих целей: гелиоэнергетические и ветроэнергетические ресурсы. Проведен обзор опыта использования солнечных фотоэлектрических панелей и ветроэнергоустановок (ВЭУ) в ряде арктических ООПТ. Дана характеристика ГИС «ВИЭ России» и содержащихся в ней региональных данных для оценок и расчетов потенциала указанных энергоресурсов. Проведен анализ экологических ограничений использования ВЭУ в прибрежных территориях в связи с наличием Ключевых орнитологических территорий международного значения.

**Ключевые слова:** возобновляемые источники энергии, ГИС-технологии, гелиоэнергетические ресурсы, ветроэнергетические установки, визит-центры, национальные парки, фотоэлектрические системы, экологический туризм.

**Благодарности:** Исследование выполнено в рамках Госзадания № 121051400082-4 НИЛ ВИЭ Географического ф-та МГУ имени М.В.Ломоносова, а также при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (госзадание № FMWE-2024-0017).

## POSSIBILITIES AND LIMITATIONS OF THE RES USE IN THE PROTECTED AREAS OF THE RUSSIAN ARCTIC

**Nefedova L.V.**, Senior Researcher, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Rafikova Yu.Yu.**, Senior Researcher, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Soloviev D.A.**, Senior Researcher, Shirshov Institute of oceanology of the Russian Academy of Sciences, Candidate of Physic and Mathematic Sciences

**Abstract.** The article considers the issues of assessing the resources of renewable energy sources (RES) to provide energy supply to visitor centers and cordons in protected areas in the Arctic using GIS technologies. The most promising for these purposes are identified: solar and wind energy resources. A review of the experience of using solar photovoltaic panels and wind turbines in a number of Arctic protected areas is conducted. The characteristics of the GIS "RES of Russia" and the regional data contained in it for assessments and calculations of the potential of these energy resources are given. An analysis of environmental restrictions on the use of wind turbines in coastal areas due to the presence of Important Bird Areas identified using an internationally agreed set of criteria as being globally important for the conservation of bird populations.

**Keywords:** renewable energy sources, solar energy resources, GIS technologies, photovoltaic systems, national parks, protected natural areas, visitor centers, eco-tourism.

***Acknowledgments:** The study was carried out within the framework of State Assignment № 121051400082-4 of the Research Laboratory of Renewable Energy Sources of the Faculty of Geography of the Lomonosov Moscow State University, and with the support of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (State Assignment No. FMWE-2024-0017).*

Россия имеет грандиозные планы по освоению Арктических территорий. И это не только промышленное освоение, связанное с добычей полезных ископаемых, с развитием Северного Морского Пути, но и создание полноправной туристической отрасли в Арктической зоне РФ. Как было сказано Президентом РФ на пленарном заседании VI Международного арктического форума «Арктика – территория диалога»: «Надо осваивать такое перспективное направление, как туризм. Север, Арктика – это уникальное средоточие природных, исторических, духовных памятников. Он обладает богатейшей культурной палитрой. Арктику ежегодно посещают более миллиона туристов, чтобы познакомиться с ее ландшафтами, увидеть северное сияние, заняться арктической рыбалкой, покататься на собачьих упряжках, в конце концов, или совершить путешествие к заполярным архипелагам. Число туристов в этом регионе с каждым годом растет. Соответственно, появляются новые проекты, такие как центр арктического туризма с горнолыжным направлением в Ямало-Ненецком автономном округе или акваториальный курорт и всесезонный гостиничный комплекс в Карелии» [9]. При этом необходимо очень бережно относиться к весьма уязвимой северной природе, не допуская повышенной нагрузки, сохраняя экологическое равновесие в первую очередь на особо охраняемых природных территориях (ООПТ). Данные территории созданы на наиболее ценных естественных ландшафтах и развитие туризма на них требует создания инфраструктур с минимальным воздействием на окружающую среду.

С 2018 г. в рамках национального проекта «Экология» в соответствии с Указом Президента «О стратегических целях и задачах в Арктике» осуществлялась реализация федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма». В Арктике были созданы три новые особо охраняемые природные территории общей площадью около 10 млн га. В 2018 г. в Якутии был создан государственный природный заказник федерального значения «Новосибирские острова». Таким образом, в российской Арктике функционирует в настоящее время 40 ООПТ: 14 государственных заповедников, 10 национальных парков, 8 государственных природных заказников, 4 памятника природы, 4 дендрологических парка и ботанических сада, которые являются наиболее эффективным механизмом сохранения биоразнообразия Арктики. Общая площадь ООПТ федерального значения в составе Арктической зоны России составляет 38,8 млн га, из которых 22,7 млн га занимает сухопутная территория и 16,2 млн га – морская акватория. В 2023 году самыми посещаемыми из них стали национальный парк «Онежское Поморье» в Архангельской области, заповедник «Костомукшский» и национальный парк «Калевальский» в Карелии. Каждую из этих ООПТ посетило порядка 30 тыс. человек. Также ежегодно в рамках круизных путешествий (речные и морские круизы) заповедные территории Арктики и Дальнего Востока посещают более 10 тыс. человек [8]. Наибольшее число заповедников федерального значения располагается в Мурманской области, где накоплен большой опыт проведения экскурсий природно-познавательного и экотуризма. Необходимы дальнейшие исследования, чтобы найти баланс между экономическим развитием и сохранением биоразнообразия. Нарботки, доказавшие свою эффективность, например, в Мурманской области, целесообразно тиражировать на соседние регионы. Также необходимо изучать мировую практику развития туризма: рассчитывать максимальную рекреационную емкость и допустимую рекреационную нагрузку на территорию [14].

На особо охраняемых природных территориях федерального значения уже начато использование возобновляемых источников генерации энергии. Данные технологии позволяют минимизировать вред окружающей среде, сократить потребление электроэнергии от традиционных источников (преимущественно дизельных установок), а также, при отсутствии централизованного энергоснабжения, обеспечить электроэнергией самые отдаленные кордоны и объекты. В частности, солнечные панели используются в целях обеспечения бесперебойной работы пожарно-химических станций ООПТ, освещения, техники (радиостанций, компьютеров, фотоловушек и т.д.), а также применяются учеными (орнитологами, оленеводами и др.) при работе в полевых условиях.



Одним из первых, в 2011 г., к использованию альтернативных источников энергии приступили в национальном парке «Русская Арктика» (Архангельская область). Он занимает территорию архипелага Земля Франца-Иосифа и северную оконечность о. Северный архипелага Новая Земля. Специфика расположения и значительное удаление от Большой Земли исключают возможность применения централизованного энергоснабжения. Поэтому вопрос об использовании альтернативных источников энергии прорабатывался с момента создания национального парка в 2009 г. Используются системы солнечного гибридного энергоснабжения «Шнайдер Электрик». Постепенный запуск оборудования в эксплуатацию позволил полностью отказаться от работы дизель-генераторов в круглосуточном режиме. Электроснабжение трех полевых баз национального парка на мысе Желания о. Северный архипелага Новая Земля, о. Земля Александры и о. Гукера архипелага Земля Франца-Иосифа полностью задублировано на использование альтернативных источников [6]. С 2012 г. успешно работают солнечные батареи на трех объектах в национальном парке «Югыдза» (Республика Коми). Эффект от их внедрения позволяет частично обеспечить автономную работу инфраструктурных объектов ООПТ. Энергии, которую они вырабатывают, хватает для бесперебойной работы энергосберегающих лампочек, радиостанции, компьютеров. В настоящее время солнечные панели также питают камеры видеонаблюдения, установленные в вольерном комплексе на территории заповедника, где содержатся лесные северные олени. Камеры непрерывно записывают и передают данные о поведении оленей около кормушки. Видеокамеры также позволяют следить за состоянием ограждения, фиксировать подходы к изгороди диких животных и контролировать заповедный режим [6].

В 2019 г. стартовал международный проект GreenSolutions (Зеленые решения) для природоохранных территорий в рамках программы приграничного сотрудничества «Карелия». Проект был рассчитан на два года. Его основная цель - внедрить различные типы альтернативных источников энергии на ООПТ Карелии и Финляндии – всего на 4 пилотных объектах. Участниками проекта с российской стороны выступили национальный парк «Водлозерский» (Республика Карелия, Архангельская область), заповедник «Кивач» и заповедник «Костомукшский» (Республика Карелия). В 2020 г. на кордоне «Новгуда» Водлозерского нацпарка в рамках проекта были установлены экспериментальная установка с солнечными батареями и тепловые насосы. Срок службы оборудования – минимум 20 лет [10].

В заповеднике «Олекминский» (Республика Саха (Якутия)) используются комбинированные устройства фирмы «EasySolar». Данные устройства включают солнечный контроллер заряда, инвертор и зарядное устройство. Для интернет-мониторинга здесь используются панели управления, которые получают информацию от солнечного контроллера, инвертора, зарядного устройства, монитора аккумуляторов BMV-700. Опыт эксплуатации таких солнечных энергосистем показал лучший экономический эффект относительно использования только генераторов ранее. В национальном парке «Берингия» (Чукотский автономный округ) в районе мыса Чаплина на полевом стационаре в тестовом режиме также использовался комплект возобновляемых источников энергии. Сотрудники ООПТ уже оценили преимущества энергообеспечения с использованием данных решений: снижение выбросов загрязняющих веществ в атмосферу за счет сокращения использования генераторов на традиционных видах топлива, и значительная экономия топлива при увеличении интервалов между его доставками в труднодоступные районы [10]. На территории заповедника «Остров Врангеля» (Чукотский автономный округ) с 2021 г. используются солнечные батареи и ветрогенераторы. Стационарными солнечными батареями обеспечено 7 наиболее часто посещаемых кордонов из 15, также имеется два комплекта переносных солнечных батарей, которые используются для работы сотрудников заповедника на других кордонах. Установлено два небольших ветрогенератора [5].

Необходимым условием для эффективного использования ВИЭ является информация о наличии достаточного ресурсного потенциала и возможных ограничениях на их использование, а также комплексного анализа различных ресурсов ВИЭ. Именно такие возможности открываются при привлечении ГИС-технологий [11, 12]. В последние годы в мировой практике ведется разработка комплексных ГИС, в которых представлены как ресурсы ВИЭ, так и пространственное распределение различных факторов, ограничивающих их использование.

Таблица 1. Среднемесячные расчетные данные по выработке электроэнергии на фотоэлектрических модулях «Хевел» при угле наклона панелей «широта минус 15 град» (кВт·ч/кВт в сутки).

| Месяц              | Усть-Ленский заповедник | Природный заказник «Вайгач», НАО | Путоранский заповедник, оз. Лама | Ненецкий заповедник, кордон Захребетный | Национальный парк «Русская Арктика» |                                |                                  |
|--------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
|                    |                         |                                  |                                  |                                         | О.Гукера, ВЦ «Бухта Тихая»          | О. Земля Александры ВЦ «Омега» | Арх.Новая Земля ВЦ «Мыс Желания» |
| Расчеты координаты | 73,5с.ш. 127,5в.д.      | 74,5 с.ш. 60,5 в.д.              | 69,5с.ш, 91,5 в.д.               | 67,5 с.ш. 53,5в.д.                      | 80,5 с.ш. 52,5в.д.                  | 80,5с.ш., 46,5в.д.             | 76,5 с.ш. 68,5в.д.               |
| Январь             | 0                       | 0                                | 0,13                             | 0,22                                    | 0                                   | 0                              | 0                                |
| Февраль            | 0,56                    | 0,61                             | 1,50                             | 1,80                                    | 0,07                                | 0,06                           | 0,30                             |
| Март               | 5,58                    | 5,12                             | 5,25                             | 4,99                                    | 3,63                                | 2,99                           | 3,54                             |
| Апрель             | 7,94                    | 7,55                             | 6,91                             | 6,02                                    | 7,82                                | 6,87                           | 6,14                             |
| Май                | 7,22                    | 7,92                             | 7,06                             | 4,98                                    | 8,38                                | 6,90                           | 5,84                             |
| Июнь               | 5,63                    | 6,71                             | 5,13                             | 4,61                                    | 7,07                                | 5,97                           | 5,11                             |
| Июль               | 4,30                    | 5,04                             | 4,72                             | 4,67                                    | 5,58                                | 4,91                           | 4,13                             |
| Август             | 2,89                    | 3,39                             | 3,26                             | 3,34                                    | 3,58                                | 3,09                           | 2,71                             |
| Сентябрь           | 1,80                    | 1,91                             | 2,26                             | 2,30                                    | 1,59                                | 1,49                           | 1,35                             |
| Октябрь            | 0,66                    | 0,42                             | 1,02                             | 0,94                                    | 0,12                                | 0,11                           | 0,20                             |
| Ноябрь             | 0,03                    | 0,01                             | 0,19                             | 0,21                                    | 0                                   | 0                              | 0                                |
| Декабрь            | 0                       | 0                                | 0                                | 0,01                                    | 0                                   | 0                              | 0                                |
| Год                | <b>3,06</b>             | <b>3,23</b>                      | <b>3,13</b>                      | <b>2,85</b>                             | <b>3,17</b>                         | <b>2,71</b>                    | <b>2,45</b>                      |

В ГИС «ВИЭ России» представлены интерактивные карты ресурсов солнечной и ветровой энергии, а также блоки для расчетов производительности фотоэлектрических модулей (ФЭМ) и ветроустановок (ВЭУ). Карты солнечных и ветровых ресурсов составлены в формате полигонов по градусной сетке с возможностью выбора типа отображаемого параметра, так периода осреднения для солнечной радиации и высоты для характеристик ветровой энергии [4]. Источниками данных для ГИС «ВИЭ РОССИИ» служили базы данных NASA Prediction of Worldwide Energy Resources (POWER) [1] и ряд других международных баз данных. Для оценок и расчетов возможностей и эффективности использования гелиоресурсов для энергообеспечения на ООПТ может быть использован блок ГИС по расчетам выработки электроэнергии для различных типов фотоэлектрических модулей как отечественных Хевел HVL-395/HJT, так и китайских производителей – JaSolar HalfCell PERC 72 и Futura Sun Zebra 345 W. Источник данных – проект NASA «The Clouds and the Earth's Radiant Energy System» (CERES). На основе представленной в ГИС базы данных производительности солнечных и ветровых установок можно получить оценки для заданных географических координат и выбранной модели установки. Интерактивный интерфейс позволяет получить средние, максимальные и минимальные суточные показатели удельных значений производительности в расчете на 1 кВт установленной мощности, а также результирующие значения за каждый месяц и год в целом.

В результате проведенных нами оценок был составлен блок данных о выработке электроэнергии фотоэлектрическими модулями «Хевел» на территории ряда ООПТ Арктической зоны РФ для угла наклона PV-панелей «широта –15 град» - оптимальное расположения для летнего периода.

На основании этих данных были выполнены расчеты перспектив выработки электроэнергии на гетероструктурных фотоэлектрических панелях «Хевел» за определенные месяцы года и суммарно – за год. За расчетную единицу принималась PV-установки мощностью 3 кВт. Результаты расчетов представлены на рис 1.

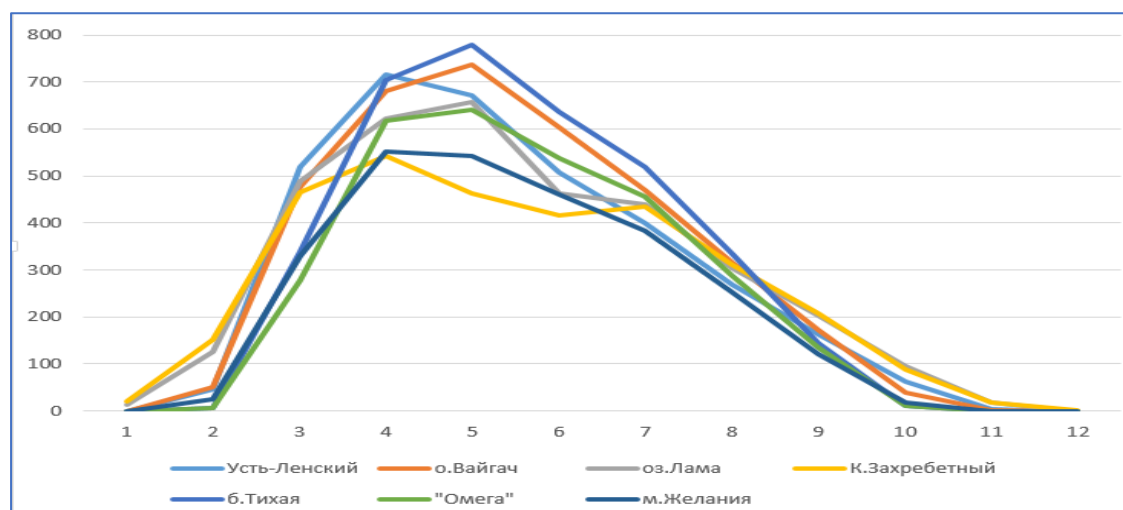


Рис. 1 Расчетные графики выработки электроэнергии (кВт·ч) на СЭС мощностью 3 кВт в ООПТ Арктики по месяцам.

Максимум выработки приходится во всех расчетных точках на весенне-летний период с марта по июль – более 400 кВт·ч/мес – период полярного дня. К августу выработка снижается до значений близких к 300 кВт·ч/мес и с сентября – использование СЭС уже не целесообразно. Наиболее эффективна работа фотоэлектрических панелей для визит-центра «Бухта Тихая» национального парка «Русская Арктика» и на о. Вайгач в Ненецком заповеднике (более 750 кВт·ч/мес в июне-июле), а минимальна – для кордона «Захребетный» в Ненецком заповеднике и мысе Желания, что обусловлено различиями в условиях инсоляции в связи с климатическими особенностями на данных территориях.

В ГИС «ВИЭ России» также имеется блок для расчетов производительности ветроэнергетических установок трех типов, как промышленных большой мощности (2,5-3,4 МВт), так и ВЭУ KWT300 KOMAI HALTES с мощностью 300 кВт и высотой башни 42 м [3]. Такие ВЭУ средней градации мощности теоретически могут быть установлены для энергообеспечения на территориях ООПТ при соблюдении условий отдаленности расположения от районов проживания людей более чем на 300 м [13].

Нами также были проведены оценки и расчеты перспектив использования ресурсов энергии ветра для энергообеспечения в ООПТ Республики Саха (Якутия). Многочисленные ООПТ на территории Республики представляют собой большой потенциал для развития экологического туризма и требуют подробного изучения для совершенствования организации и сохранения уязвимых уникальных природных комплексов [16]. В настоящее время в регионе под 235 ООПТ федерального, регионального и муниципального уровней отведено 37,7% площади Республики, что составляет более 1 млн 162 тыс. км<sup>2</sup>. По доле ООПТ всех уровней в общей площади региона республика занимает лидирующее место в стране. Более половины из них - федерального и регионального значения. Созданы 7 ООПТ федерального значения: 3 заповедника, 2 национальных парка, 1 государственный природный заказник и 1 ботанический сад; 130 ООПТ регионального значения: природные парки – 6, ресурсные резерваты – 63, государственные природные заказники – 12, охраняемые ландшафты – 1, уникальные озера – 26, памятники природы – 22. Наибольшее значение имеет Усть-Ленский государственный заповедник федерального значения (площадью 1,78 млн. га) [10].

На рис.2. представлены результаты расчетов удельного среднегодового потенциала выработки ВЭУ KOMAI HALTES 300 в сопоставлении со схемой размещения в Якутии ключевых орнитологических территорий.

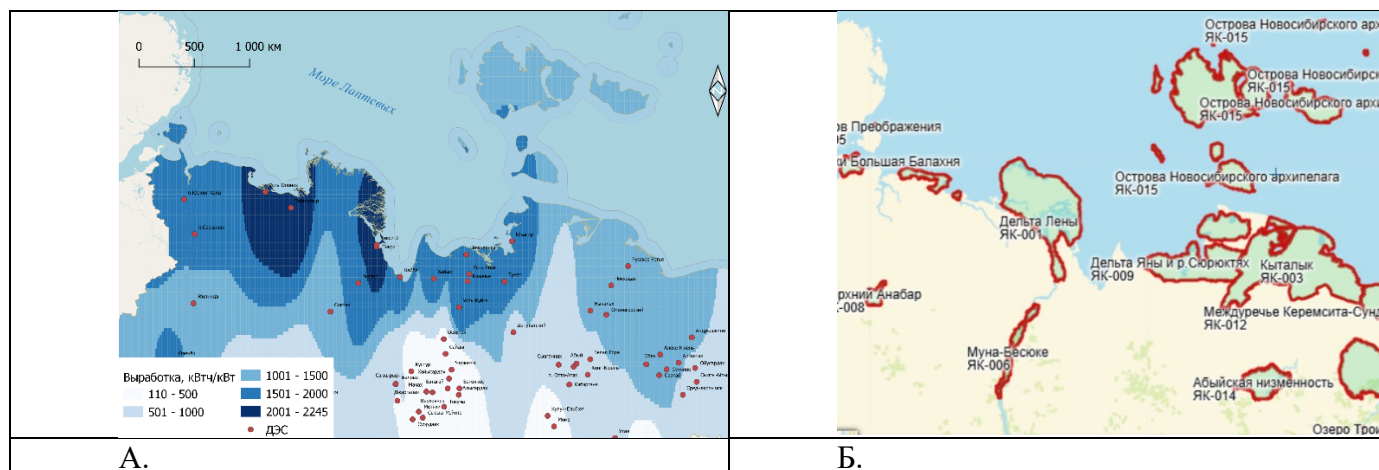


Рис. 2. А. Распределение значений удельного потенциала выработки электроэнергии (кВт\*ч/кВт) на ВЭУ на севере территории Республики Саха (Якутия).  
Б. Карта-схема расположения КОТР севере территории Республики Саха (Якутия). Источник: [2].

Распределение удельного потенциала выработки электроэнергии на ВЭУ в Якутии показывает высокий уровень возможностей использования их для энергообеспечения. Однако в связи с тем, что именно на севере Республики, где значения ветропотенциала более высокие, располагаются территории мест обитания и гнездования перелетных птиц. На территории российских арктических ООПТ находятся места обитания и гнездовий многих редких и исчезающих видов птиц, в т.ч., включенные в Красную книгу РФ: белоклювая гагара, краснозобая казарка, малый лебедь, орлан-белохвост. Несмотря на высокий удельный потенциал ветрогенерации (около 1500 кВт\*ч/кВт и более), размещение ветроустановок ограничено высокими экологическими рисками, поскольку они расположены на или вблизи международных ключевых орнитологических территориях (КОТР). В настоящее время угрозой для орнитофауны при строительстве ветроустановок является не только непосредственное столкновение с лопастями, но и потеря мест обитания, гнездования и т.п. Виды, распространенные на территории (стерх, сапсан, журавли, гуси и др.) особо уязвимы к объектам ветроэнергетики, и использование ветроустановок здесь может проводиться в ограниченных масштабах и должно сопровождаться обязательными орнитологическими наблюдениями.

#### Список источников:

1. База данных NASA POWER [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://power.larc.nasa.gov/data-access-viewer> (дата обращения: 20.03.2024).
2. Геоинформационная база пространственных данных по ключевым орнитологическим территориям России, 2025. Союз охраны птиц России, 2025.
3. ГИС «Возобновляемые источники энергии России» Производительность ветроэнергетических установок на территории России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gisre.ru/winddata/winddatabase/> (дата обращения: 23.03.2025).
4. ГИС «Возобновляемые источники энергии России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gisre.ru/map-sunres/?surface=m15&period=warm> (Дата обращения: 23.03.2025).
5. Информационный сайт федерального заповедника «Остров Врангеля» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ostrovvrangelya.org/news2021.html> (дата обращения: 23.03.2025).
6. Николаев А.А. охраняемые природные территории Якутии для организации экологического туризма // Успехи современного естествознания. — 2019. — № 10. — С. 89-94.
7. Особо охраняемые природные территории Российской Арктики: современное состояние и перспективы развития (ред. М.С. Стишов), WWF России, 2013
8. Официальный сайт «РОСЗАПОВЕДЦЕНТР» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.iacgov.ru/press-center/> (дата обращения: 23.03.2025).



9. Пленарное Заседание VI Международного арктического форума [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://forumarctica.ru/programme/business-programme/> (дата обращения: 23.03.2025).
10. Пресс-служба Минприроды России [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://minleshoz.pnzreg.ru/news/obshchestvo/3200/> (дата обращения: 23.03.2025).
11. Geoinformation Systems for Renewable Energy / Kiseleva S.V., Lisitskaya N.V., Popel' O.S., Rafikova Yu Yu, Tarasenko A.B., Frid S.E., Shakun V.P. // Thermal Engineering (English translation of Teploenergetika), издательство MaikNauka / Interperiodica Publishing (Russian Federation). — 2-23. — Vol. 70. — С. 939-949.
12. Guaita-Pradas I, Marques-Perez I, Gallego A, B. Segura B. Analysing territory for the sustainable development of solar photovoltaic power using GIS databases // Environ. Monit. Assess. — 2019. — Vol. 192:764.
13. Nefedova L., Rafikova Y., Soloviev D. Prospects for energy supply in villages of Yakutia using wind energy resources and environmental limitations // E3S Web of Conferences. — 2024. — Vol. 555. — P. 04006.
14. The role of specially protected natural areas in solving environmental problems of the Russian arctic (using the example of Vaygach Island) A. Aleinikova, M. Byashkin, T. Gaivoron, G. Mainasheva and N. Marsheva // E3S Web of Conferences 169, 02019 (2020) APEEM 2020.

## ЭНЕРГООБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ ЮФО С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ

**Нефедова Л.В.**, старший научный сотрудник географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, [nefludmila@mail.ru](mailto:nefludmila@mail.ru)

**Рафикова Ю.Ю.**, старший научный сотрудник географического факультета Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, [ju.rafikova@mail.ru](mailto:ju.rafikova@mail.ru)

**Аннотация.** Проведен обзор рекреационного значения ряда территорий Южного Федерального Округа (ЮФО). Рассмотрены государственные планы развития энергетического комплекса Краснодарского Края для предотвращения растущего энергодефицита в регионе. Проведены расчеты современной роли действующих солнечных и ветровых станций в энергобалансах субъектов ЮФО, их доли в выработке электроэнергии и роли в сокращении эмиссии углекислого газа. Подробно представлены материалы о распределении потенциала выработки электроэнергии с использованием гелио- и ветроэнергетических ресурсов для энергообеспечения рекреационных территорий на основании Атласа ресурсов возобновляемой энергии на территории Республики Крым.

**Ключевые слова:** возобновляемые источники энергии, рекреационные ресурсы, гелиоэнергетические ресурсы, ветроэнергетические установки, солнечные коллекторы, фотоэлектрические системы, эмиссия углекислого газа, энергообеспечение, энергодефицит.

**Благодарности:** Исследование выполнено в рамках Госзадания НИЛ ВИЭ № 121051400082-4 Географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

## ENERGY SUPPLY OF RECREATIONAL AREAS OF THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT USING RENEWABLE ENERGY SOURCES

**Nefedova L.V.**, Senior Researcher, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Rafikova Yu.Yu.**, Senior Researcher, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** A review of the recreational value of a number of territories in the Southern Federal District (SFD) is conducted. State plans for the development of the energy complex of Krasnodar Krai and Rostov Oblast are considered to prevent a growing energy deficit in the regions. Calculations of the current role of existing solar and wind power plants in the energy balances of the subjects of the SFD, their share in electricity generation and role in reducing carbon dioxide emissions. Detailed materials are presented on the distribution of the potential for electricity generation using solar and wind energy resources for energy supply of recreational areas based on the Atlas of Renewable Energy Resources in the Republic of Crimea.

**Keywords:** renewable energy sources, carbon dioxide emissions, recreational resources, solar energy resources, wind power plants, solar collectors, photovoltaic systems, energy supply, energy deficit.

**Acknowledgments:** The study was carried out within the framework of the State Assignment of the Research Laboratory of Renewable Energy No. 121051400082-4 of the Faculty of Geography of the Lomonosov Moscow State University.

Южный Федеральный округ (ЮФО) был образован в 2000 г. и в настоящее время включает в себя: Краснодарский Край, три Республики: Адыгея, Калмыкия, Крым; три области: Астраханская, Волгоградская, Ростовская, и город федерального значения Севастополь. Территория округа

омывается тремя морями: Азовским, Черным и Каспийским. Мягкий климат, многообразие минеральных источников и лечебных грязей, теплые морские воды открывают большие возможности для использования территории ЮФО в рекреационных целях, создают широкие возможности для возможности для лечения и отдыха населения. Практически все регионы ЮФО обладают разнообразными ресурсами, что позволяет сочетать разные виды туризма: лечебно-оздоровительный, активный, водный, культурно-познавательный, экологический.

В ЮФО располагается более 370 санаторно-курортных организации (СКО), и он является лидером в России по числу номеров в санаториях и других оздоровительных учреждениях (около 67 тыс.) среди всех ФО страны. Наиболее значимые рекреационные территории в ЮФО расположены в *Краснодарском крае* на побережье Черного и Азовского морей, район городов Лабинска и Горячего ключа (минеральные и термальные источники), в Крыму – как оздоровительные, так и бальнеологические зоны на базе лечебных сероводородных грязей Евпатории. Обусловлено это также наличием разветвленной сети источников минеральных вод и лечебных грязей, что в сочетании с уникальными климатическими и природно-рекреационными факторами, что создает специфическую систему рекреационных и курортных комплексов. Ресурсную основу бальнеологического комплекса Края составляют 18 месторождений минеральных вод Мацесты и Горячего ключа, а также лечебные грязи в Анапском и Темрюкском районах. На территории Краснодарского края выделяются: Кавказско-Черноморский, Северо-Кавказский, Горно-Кавказский и Азовский рекреационные районы. На Азовском побережье бальнеологическую базу составляет приморский равнинно-степной климат, сероводородные источники и иловые грязи, особенно в районе г. Ейска. В работе [7] была применена бально-факторная методики оценки культурно-исторических объектов, подтвердившей лидирующие места в рейтинге туристско-рекреационных центров края курортов Черноморского побережья (Анапа, Новороссийск, Геленджик и Сочи) и краевого центра – г. Краснодар.

Однако и другие регионы ЮФО обладают весьма значимыми рекреационными ресурсами, в разной степени изученными, оцененными и используемыми. В *Ростовской области* имеются природные рекреационные ресурсы и богатый культурно-исторический комплекс. На территории Большого Ростова расположено множество объектов, связанных с историей и культурой донского казачества: станица Старочеркасская (Старочеркацкий историко-архитектурный музей-заповедник, Войсковой Воскресенский собор, Майдан), г. Новочеркасск (Триумфальные арки в память Отечественной войны 1812 г. и походов русских войск 1813-1814 гг., Войсковой Вознесенский кафедральный собор). В Мясниковском районе располагается «Танаис», один из крупнейших историко-археологических музеев-заповедников России под открытым небом (более 3 тыс. га). В Ростовской области располагается 25 санаторно-курортных учреждений, имеющих более 8,5 тыс. мест [3]. Разнообразные степные и полупустынные ландшафты *Республики Калмыкия* и имеют большой потенциал для рекреационного использования. В республике уже начали проводиться групповые конные поездки, фестиваль тюльпанов, организация экскурсий в буддийский дацан, эколого-просветительские экскурсии в биосферный заповедник ЮНЕСКО «Черные земли» со стадами сайгаков и «розовыми» озерами [1]. Цветении лотоса в Дельте Волги можно увидеть в Калмыкии и в Астраханской области. Общая площадь пляжей Астраханской области вдоль Волги и Ахтубы составляет около 50 га, что позволяет разместить 70 тыс. рекреантов. В *Астраханской области* по сочетанию природно-климатических условий, наличию достопримечательностей и сложившихся тенденций, выявлены следующие зоны, наиболее благоприятные для развития туризма: Приволжская с центром в г.Астрахани, Дельтинская, Волго-Ахтубинская, Харабалинская, Камызякская, Наримановская зоны. По функциональной направленности, исходя из наличия туристических ресурсов, в приволжской зоне концентрируется смешанный туризм, в дельтовой зоне - экологический туризм и VIP-любительский лов, в Волго-Ахтубинской пойме - туризм выходного дня, любительский лов [5, 6]. Астраханская область особенно богата своими рыбными ресурсами и обладает значительными рекреационными территориями в дельте Волги и Ахтубы, где располагается множество баз для рыбаков. Анализ данных рекреационных территорий и возможности использования гелиоресурсов для их энергообеспечения был подробно изучен нами и представлен работе [9].

Помимо общеоздоровительного значения рекреационные зоны ЮФО имеют и бальнеологическое значение. Наиболее известными и изученными являются сероводородные источники Мацесты и Горячего Ключа, сероводородные грязи Евпатории в Крыму. Значительными рекреационными ресурсами также располагает Азовское побережье Краснодарского края: приморский равнинно-степной климат, сероводородные источники и иловые грязи, особенно в районе г. Ейска. В Харабалинском районе в центральной части Астраханской области находятся три соленых озера, содержащие лечебную грязь с высокими лечебными свойствами близкими к лечебным грязям Сакского озера в Крыму. В Волгоградской области - сульфидная иловая грязь и хлоридная магниевая-натриевая рапа (минерализация от 220 до 368 г/л, содержание брома 0,84 мг/л) оз. Эльтон. Хлоридно-сульфатная магниевая-натриевая вода используется также для питьевого лечения [12].

Последние годы в ЮФО и в первую очередь в Краснодарском Крае происходит нарастание дефицита электроэнергии (ЭЭ) в летний период, связанные с увеличением потоков отдыхающих и повышением требований к комфортности проживания. Потребление электроэнергии в летний период значительно возрастает в бытовом секторе за счет использования кондиционеров. Особо кризисная ситуация создалась летом 2024г. вследствие необычайно мощного сезонного пика бытового потребления электричества — в июле 2024 года потребление электроэнергии в Объединенной системе Юга России несколько раз обновляло исторические максимумы — и ремонтов генерирующих мощностей. Наиболее серьезный вклад в проблему внесла экстренная остановка одного из энергоблоков Ростовской АЭС в Волгодонске мощностью один гигаватт. А в день рекордного энергопотребления (17 июля — 21,126 ГВт) совокупный объем аварийных ремонтов и ограничений мощности на всех электростанциях ОЭС Юга превысил 2 ГВт. Именно этого запаса мощности и не хватило для уверенного прохождения пика спроса. Сетевых мощностей для оперативной переброски электроэнергии из других энергосистем — ОЭС Центра и ОЭС Средней Волги — тоже оказалось недостаточно. Отключения электроснабжения отрицательно сказываются на состоянии рекреационного комплекса региона.

По решению Правительства РФ для ликвидации дефицита мощности в ЮФО намечено введение в строй нового паросилового энергоблока на 330 МВт на Краснодарской ТЭЦ («ЛУКОЙЛ-Кубаньэнерго»), увеличение мощности Джубгинской ТЭС на 120-130 МВт («Интер РАО») и ввод парогазового энергоблока на 470 МВт на Адлерской ТЭС. Также принято решение о строительстве новой ТЭС «Кубанская» на 470 МВт («Газпром энергохолдинг») и дополнительном вводе еще двух энергоблоков на 340 МВт на ТЭС "Ударная" («Ростех»). В области возобновляемой энергетики ключевым проектом будет строительство трех ветроэнергетических станций (ВЭС) общей мощностью 700 МВт в Ростовской области и ввод 33 солнечных электростанций (СЭС) на 160 МВт компанией «Хевел» в Краснодарском крае.

Также большой проблемой являются значительные потери в сетях. Для Южного федерального округа этот показатель оставляет 11,6%. По экспертным оценкам потери в электросетях ЮФО превосходят уровень его электропотребления на транспорте и в сфере связи в регионе. Приближение выработки электроэнергии к месту ее потребления значительно снижает потери. Именно поэтому решением проблемы энергодефицита в Краснодарском Крае и других субъектах ЮФО может стать использование гелиоресурсов не только на крупных СЭС, но и путем установки фотоэлектрических панелей и солнечных водонагревателей на крышах гостиничных и рекреационных комплексов. Последние годы идет резкое снижение стоимости солнечных батарей. Согласно Закону о микрогенерации, вступившему в действие в 2021г. возможна установка частных фотоэлектрических панелей с подключением их к сети. Это позволяет владельцу производить дешевую энергию при высоких условиях инсоляции для внутренних целей энергообеспечения рекреационного объекта, а излишка передавать в сеть. Объем выдачи электроэнергии в сеть не должен превышать 15кВт в час. При понижении выработки за счет снижения инсоляции электроэнергия для объекта будет поступать из сети. И далее идет финансовый перерасчет. Это позволяет экономить средства частного потребителя и обеспечивает экономию сетевой электроэнергии в регионе. Стоимость гибридной солнечной электростанции мощностью 15 кВт (с



учетом установки панелей, инвертора, оплаты за присоединение к сети) составляет порядка 1 млн. руб.

Для оценки ресурсной обеспеченности и расчетов перспектив объемов выработки электроэнергии в регионах ЮФО может быть использована ГИС «Возобновляемые источники энергии (ВИЭ) России», в которой содержатся интерактивные карты ресурсов солнечной и ветровой энергии, производительности фотоэлектрических модулей (ФЭМ) и ветроэнергоустановок (ВЭУ) и др. Карты солнечных и ветровых ресурсов отображают информацию в формате полигонов по градусной сетке с возможностью выбора как типа отображаемого параметра, так и его вторичной характеристики (периода осреднения для солнечной радиации и высоты для характеристик ветровой энергии). Источниками данных служат базы данных NASA Prediction of Worldwide Energy Resources (POWER) и ряд других международных баз данных. Для оценок возможностей и эффективности использования гелиоресурсов для энергообеспечения рекреационных объектов большие возможности открывает блок ГИС «ВИЭ России», разработанной на Географическом факультете МГУ имени М.В.Ломоносова совместно с ОИВТ РАН по расчетам выработки электроэнергии для различных типов фотоэлектрических модулей: отечественные Хевел HVL-395/HJT (пиковая мощность 395 Вт) и ряда китайских фирм [4]. Базы данных производительности солнечных и ветровых установок в составе ГИС «ВИЭ России» позволяют получить оценки для заданных пользователем географических координат, выбранной модели установки и ее дополнительных характеристик. Пользователь может в результате получить средние, максимальные и минимальные суточные показатели удельных значений производительности в расчете на 1 кВт установленной мощности, а также результирующие значения за каждый месяц и год в целом. На рис. 1 представлены расчетные графики выработки электроэнергии для рекреационных территорий Краснодарского края: г.Адлер, п.г.т. Джугба на побережье Черного моря и пос. Кучугуры на Азовском море, а также для сравнения – на оз.Лама в Путоранском заповеднике Красноярского Края по данным ГИС «ВИЭ России» для солнечной установки 15 кВт на фотоэлектрической установке (ФЭУ) из модулей Хевел 395 при размещении на крыше строений для угла наклона панелей равного широте местности.

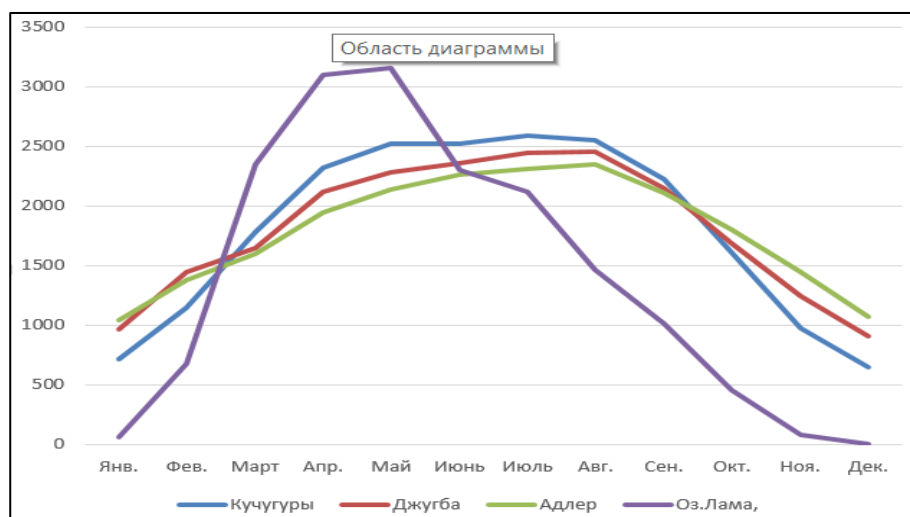


Рис. 1. Расчетные графики среднемесячного производства электроэнергии на ФЭУ мощностью 15 кВт для рекреационных территорий Краснодарского Края и на оз.Лама (Путоранский заповедник).

Для рекреационных территорий Краснодарского Края, как видно на рис. 1, характерна относительно стабильно высокая выработка электроэнергии на ФЭУ с наиболее высокой эффективностью в теплый период (апрель-октябрь) – 2,0 - 2,5 тыс.кВт\*час в месяц. В холодный период выработка может снижаться до 1 тыс. кВт\*час в мес. Большим перепадом характеризуются территории на Азовском море: в летний период (апрель-август) выработка более 2,5 тыс. кВт\*час за месяц, а зимой в декабре и январе – снижение до 700 кВт\*час в мес. Для сравнения представлен расчетный график выработки электроэнергии на ФЭУ, расположенной в Заполярье на оз. Лама.

Здесь в летний период – с марта по июль выработка может составлять также более 2 тыс. кВт\*час в мес с максимумом в апреле и мае (более 3 тыс. кВт\*час в мес).

К настоящему моменту в ЮФО уже работает ряд крупных объектов возобновляемой энергетики (ВЭ), которые были введены в строй последние годы по программе государственной поддержки освоения возобновляемых энергоисточников в РФ ДПМ ВИЭ-1. Авторами были выполнены оценки роли объектов на ВИЭ в ТЭК регионов России и снижения эмиссии CO<sub>2</sub> за счет их работы. Проведенные расчеты показывают, что суммарная установленная мощность объектов на ВИЭ в ЮФО составляет более 2,2 ГВт и обеспечивает производство 5,4% электроэнергии в регионе. В оценках не были учтены СЭС и ВЭС Республики Крым, поскольку расчеты выработки электроэнергии на них требуют дополнительной информации. Также было проведено ранжирование регионов ЮФО по выработке электроэнергии и уровню снижения эмиссии за счет работы СЭС и ВЭС (Таблица 1).

Таблица 1. Ранжирование регионов ЮФО по выработке ЭЭ и уровню снижения эмиссии CO<sub>2</sub> за счет работы СЭС и ВЭС.

| Регион РФ           | Сокращение выбросов CO <sub>2</sub> в год, тыс.т |        | Суммарное сокращение эмиссии CO <sub>2</sub> в год тыс.т. | Произведено ВИЭ электростанций, млн.кВтч в год | Доля ЭЭ от ВЭС и СЭС в общем производстве ЭЭ в регионе в 2023г. |
|---------------------|--------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                     | СЭС                                              | ВЭС    |                                                           |                                                |                                                                 |
| Ростовская обл.     | -                                                | 951,58 | 951,58                                                    | 1649,18                                        | 3,46%                                                           |
| Астраханская обл.   | 242,34                                           | 533,06 | 775,40                                                    | 1351,25                                        | 31,89%                                                          |
| Республика Калмыкия | 209,54                                           | 339,39 | 548,93                                                    | 957,8                                          | 96,04%                                                          |
| Республика Адыгея   | 6,28                                             | 235,04 | 241,32                                                    | 418,41                                         | 75,96 %                                                         |
| Волгоградская обл.  | 84,64                                            | 138,20 | 222,84                                                    | 388,79                                         | 2,35%                                                           |
| Краснодарский край  | 33,44                                            | -      | 33,44                                                     | 58,96                                          | 0,51%                                                           |

Источник: составлено авторами

Лидером является Астраханская область, где сосредоточено 683,8 МВт генерации «зеленой энергии», второе место занимает Ростовская область — 607,3 МВт, третье — у Калмыкии (513,7 МВт), где уже 96% всей электроэнергии Республики вырабатывается на объектах возобновляемой энергетики. В Республике Адыгея эта доля составляет 76%, а в Астраханской области 32%. Краснодарский Край пока отстает по включению ВИЭ в энергокомплекс региона, однако в процесс уже начинается. В планах - большой проект строительства ВЭС на 157 МВт, который намерена реализовать компания «Росатом Возобновляемая энергия». Солнечные электростанции планируется построить мощностью 118 МВт компанией «Хевел Региональная генерация».

В ноябре 2023г. ООО «Авелар Солар Технолоджи» была введена в строй Лабинская СЭС, которая объединяет девять солнечных электростанций по 4,9 МВт. Их общая мощность составляет 44,1 МВт. Подобная станция может полностью обеспечить потребности в энергопотреблении всего Лабинского района. Работа всех СЭС и ВЭС, построенных в ЮФО по программе ДПМ ВИЭ-1 обеспечивает сокращение эмиссии углекислого газа на 2,8 млн т в год, не только вносит значительный вклад в энергообеспечение регионов, а также в улучшение экологической обстановки – путем снижения эмиссии CO<sub>2</sub> при выработке электроэнергии без использования углеродсодержащего топлива.

Рекреационно-туристский потенциал Республики Крым трудно переоценить [11]. Полуостров Крым, обладающий высоким потенциалом ресурсов ВИЭ к марту 2014г., дате вхождения в состав РФ, имел высокоразвитую отрасль возобновляемой энергетики, с рядом крупных объектов гелио- и ветроэнергетики, суммарной мощностью 289 МВт, производивших

около 30% выработки электроэнергии в регионе [8]. Но к настоящему моменту большинство ВЭС уже выходят из строя. Специалистами МГУ имени М.В. Ломоносова, ФИЦ ИнБЮМ и ОИВТ РАН подготовлен Атлас ресурсов возобновляемой энергии на территории Крыма [2]. В данном Атласе, помимо карт, освещена история исследований возобновляемых энергетических ресурсов Крыма, приведены источники данных и методики оценки ресурсов и потенциалов производства энергии с использованием следующих возобновляемых источников на территории Крыма: солнца, ветра, малых водных потоков, биомассы сельскохозяйственных отходов. Крымский полуостров обладает значительными ресурсами возобновляемых источников энергии (ВИЭ). Так, средний приход суммарной солнечной радиации в Крыму составляет более 5300 МДж/м<sup>2</sup> в год при числе часов солнечного сияния более 2400 ч, удельная мощность ветрового потока может достигать более 300 Вт/м<sup>2</sup>. Актуальность использования возобновляемых источников энергии на полуострове усиливается особенностями его географического положения, огромным рекреационным потенциалом и отсутствием (или не вовлеченностью в топливно-энергетический комплекс) собственных месторождений углеводородного топлива.

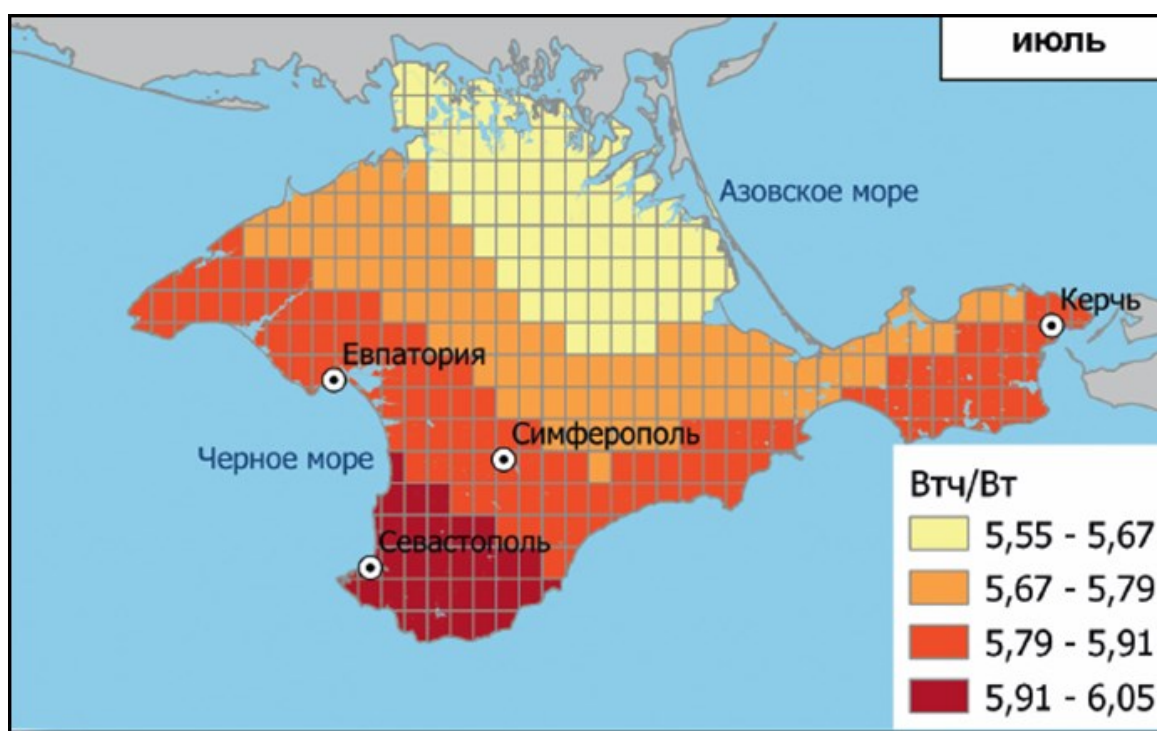


Рис. 2. Удельная суточная производительность фотоэлектрических модулей Nevel 395 для территории Республики Крым в июле месяце при наклоне панелей равном широте  
Источник: [2].

Для подготовки инвестиционных проектов по энергообеспечению на солнечных батареях на рекреационных территориях Республики Крым особенно важно, что на картах данного Атласа представлена средняя удельная суточная производительность фотоэлектрических модулей (производительность, нормированная на пиковую мощность модуля), Вт\*ч/Вт в сутки за средний месяц сезона и год для территории Крыма с высотой пространственной детализацией 0,1° для разных положений фотоэлектрических панелей: горизонтальной, вертикальной и наклоненной под углом, равным широте, плоскостей установки ФЭМ. Пример, такой карты для отечественных фотоэлектрических модулей производства компании «Хевел» для наклона солнечных панелей на угол равный широте для июля месяца дан на рис. 2.

Представленная карта показывает, что наиболее высокая эффективность использования солнечных панелей для энергообеспечения рекреационных территорий Крыма может быть получена в южной и юго-западной части: В Черноморском, Сакском и Бахчисарайском районах, а также на территории Большой Ялты, Алушты, Судака и Феодосии. Использовать ветроэнергетические ресурсы согласно картам удельной выработки электроэнергии наиболее

эффективно можно на Керченском полуострове и на западе п-ва Тарханкут, а также в степном Крыму. Однако наибольшая эффективность работы ВЭС будет наблюдаться поздней осенью и зимой, когда потребности в энергообеспечении для рекреационных целей снижаются в связи с уменьшением потока отдыхающих.

Таким образом, Южный федеральный округ России, обладающий высокими рекреационными ресурсами во всех входящих в него субъектах имеет значительный потенциал ресурсов для развития солнечной и ветровой энергетики. В округе уже работает ряд крупных солнечных и ветровых электростанций, которые вносят весьма значимые вклады в энергобалансы регионов и имеют положительный эффект вследствие снижения эмиссии CO<sub>2</sub> в энергетическом комплексе. Однако возрастающее энергопотребление в регионе приводит к нарастанию дефицита электроэнергии на рекреационных территориях. Правительственными планами предусмотрено строительство ряда новых энергообъектов на природном газе и строительство ВЭС общей мощностью 700 МВт в Ростовской области, а также более 30 СЭС суммарной мощностью 160 МВт в Краснодарском крае. Значительный вклад в решение проблемы энергодефицита может также создание на рекреационных территориях и объектах фотоэлектрических установок небольшой мощности для внутреннего энергообеспечения с подключением к местным электросетям. Это позволит обеспечить гарантированное энергоснабжение без отключений, снизит потери в сетях путем приближения производства ЭЭ к потребителям, а также учитывая возможность передачи излишков выработанной ЭЭ в сеть, повысит экономическую и экологическую эффективность хозяйственной деятельности на рекреационных территориях ЮФО.

#### Список источников:

1. Авалдыкова Е.С., Цатхланова Т.Т. Туристический потенциал Республики Калмыкия и его роль в региональной экономике // Вестник ВолГУ. Серия 3, Экономика. Экология. – 2018. – Т. 20. – № 2. – С. 37-44.
2. Атлас ресурсов возобновляемой энергии на территории Крыма. – Севастополь – Москва: Товарищество научных изданий КМК, 2023. – 104 с.: ил.
3. Волкова Т.А., Миненкова В.В., Рыжоволова Э.А. Территориальный туристско-рекреационный комплекс Ростовской области // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Естественные и точные науки. — 2021. — Т. 15. — № 2. — С. 53-63.
4. ГИС «ВИЭ России» Производительность фотоэлектрических модулей (ФЭМ) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gisre.ru/map-sunres/photovoltaic/?lat=44.5&lon=34.5&model=Nevel&comment=lat> (Дата обращения: 23.03.2025).
5. Крыжановская Г.В., Шарова И.С. и др. Географическое распределение рекреационных зон Астраханской области // Теория и практика современной науки. — 2015. — №6. — С.699-702.
6. Левина Я.Г., Макарова Т.А. Оценка перспектив развития туристского кластера Астраханской области // Вестник АГТУ. Сер.: Экономика. — 2018. — № 2. — С.128-136.
7. Миненкова В.В., Потапова А.Е. Оценка культурно-исторических ресурсов как составляющей туристско-рекреационного потенциала территории (на материалах Краснодарского края) // Географический вестник = Geographical Bulletin. — 2021. — №4(59). — С. 130–148. DOI: 10.17072/2079-7877-2021-4-130-148.
8. Нефедова Л.В. Ресурсы, состояние и проблемы использования возобновляемых источников энергии Республики Крым // Малая энергетика. — 2014. — № 1-2. — С. 92–97.
9. Нефедова Л.В., Рафикова Ю.Ю. Перспективы энергообеспечения туризма в Астраханской области с использованием гелиоэнергетических ресурсов // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Материалы XVI Международной научно-практической конференции. — Университетская книга Москва: 2021. — С. 530–544.
10. Нефедова Л.В., Соловьев Д.А., Дегтярев К.С. Солнечная и ветровая энергетика в стратегии низкоуглеродного развития Рооссии: состояние и перспективы // Электрические станции. — 2024. — № 6. — С. 30–37.



11. Яковенко И.М. Функциональная структура рекреационных районов Крыма: пространственно-временной аспект // Геополитика и экогеодинамика регионов. — 2021. — Том 7 (17). — Вып. 1. — С. 26–37.
  12. Ястребова Н.А., Етеревская И.Н. Рекреационный комплекс Волгоградской области: региональные особенности и потенциал территориального развития кластеров // Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Строительство и архитектура. — 2023. — Вып. 5(93). — С. 214—222.
-

УДК 379.85(470.51)(045)

## ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК РЕСУРС ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)

**Никитина О.Н.**, доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере, Удмуртский государственный университет, канд. культурологии, [olnikitina17@gmail.com](mailto:olnikitina17@gmail.com)

*Аннотация:* Статья посвящена анализу использования национально-культурного наследия Удмуртской Республики в этнотуризме. Рассмотрен этнографический потенциал, выделены основные объекты историко-культурного и природного характера. Особое внимание в статье уделено этническим маршрутам, которые формируют представление об Удмуртии как поликультурном и поликонфессиональном регионе. Основу этнографического туризма в рассматриваемой республике составляет достаточно большое количество памятников истории и культуры удмуртов. Одним из наиболее известных этнографических памятников является Архитектурно-этнографический музей-заповедник под открытым небом «Лудорвай». Комплекс музея представляет собой несколько микросел с общественными, культовыми, жилыми строениями. Они расположены в хронологическом порядке, что позволяет отследить историю Удмуртской Республики в определенный промежуток времени. Также с удмуртскими традициями можно познакомиться, посетив Центр удмуртской культуры «Дом, хранящий века» в селе Булай Увинского района, дер. Карамас-Пельга в Киясовском районе, Центр удмуртской культуры в дер. Сундур Игринского района и др. Традиционную культуру бесермян бережно хранят жители дер. Юнда Базинского района. Дер. Кестым этого же района демонстрирует туристам особенности исламской культуры татар, проживающих на территории Удмуртии. В конце статьи делается вывод о том, что культурный потенциал республики позволяет развивать этнотуризм по самым разным направлениям.

**Ключевые слова:** Удмуртская Республика, этнотуризм, музей «Лудорвай», дер. Карамас-Пельга, дер. Сундур, дер. Юнда, дер. Кестым

## TRADITIONAL CULTURE AS A RESOURCE FOR THE DEVELOPMENT OF ETHNOTOURISM (ON THE EXAMPLE OF THE UDMURT REPUBLIC)

**Nikitina O.N.**, Associate Professor, Department of Tourism and Business Technologies in the Socio-Cultural Sphere, Udmurt State University, Candidate of Culturology

**Abstract:** The article is devoted to the analysis of the use of the national-cultural heritage of the Udmurt Republic in ethnocultural tourism. The ethnographic potential is considered, and the main objects of historical, cultural, and natural character are highlighted. Particular attention is paid to ethnic routes that form an image of Udmurtia as a multicultural and multi-confessional region. The basis of ethnographic tourism in this republic is a fairly large number of monuments of history and culture of the Udmurts. One of the most famous ethnographic monuments is the open-air architectural and ethnographic museum-reserve «Ludorvay». The museum complex consists of several micro-villages with public, cult, and residential buildings arranged chronologically, allowing visitors to trace the history of the Udmurt Republic over a certain period. Visitors can also learn about Udmurt traditions by visiting the Center of Udmurt Culture «House Keeping Centuries» in the village Bulay in the Uvinsky district, the village Karamas-Pelga in the Kyasovsky district, and the Center of Udmurt Culture in the village Sundur in the Igrinsky district. The traditional Besermyan culture is carefully preserved by residents of the village Yunda in the Balezinsky district. The village Kestym in the same district demonstrates the features of Islamic Tatar culture living on the territory of the Udmurt

*Republic. In conclusion, it is noted that the cultural potential of the republic allows for the development of ethnotourism in various directions.*

**Keywords:** *Udmurt Republic, ethnocultural tourism, Ludorvay Museum, village Karamas-Pelga, village Sundur, village Yunda, village Kestym*

Народная культура всегда занимала важное место в сохранении и преемственности традиций. История мировой и отечественной культуры свидетельствует, что забвение опыта поколений и разрыв этнокультурных связей приводит к достаточно негативным последствиям. «Многие элементы этнических культур сегодня начинают играть заметную роль как в современном культурном пространстве в целом, так и непосредственно в жизни народов – носителей этих традиций» [4, с.11]. В этом отношении использование этнической культуры в туристской деятельности помогает сохранять традиции народного творчества и одновременно открывать новые туристские маршруты.

Именно этнокультурный фактор во многом определяет ценность того или иного туристского объекта. В частности, выбор путешественником конкретных экскурсионных объектов для посещения чаще всего продиктован симпатией к культурно-историческому наследию соответствующей страны или региона в целом. Благодаря туристской деятельности человечество приобретает возможность познакомиться с культурой и бытом различных народов, с национальной одеждой, а также приобщиться к участию в традиционных праздниках, вкушать блюда национальной кухни и купить предметы традиционного быта в качестве сувениров [5].

Удмуртская Республика имеет все предпосылки для развития этнокультурного туризма. Национальный состав данного историко-этнографического региона крайне разнообразен. На территории Удмуртии проживают славянские, финно-угорские, тюркские и другие народы. Этнокультурное разнообразие данного региона и особенности исторических межкультурных контактов способны заинтересовать не только россиян, но и иностранцев, целью приезда которых является изучение этнических и культурных особенностей малых народов.

Этнический туризм способствует развитию Удмуртской Республики благодаря своей уникальности, содержательной неповторимости и возможности интерактивного участия в туристских этнографических программах. Кроме того, этнокультурный туризм можно рассматривать как одно из стратегических направлений в экономике региона, реализуемое за счет вовлечения местных жителей в создание туристских продуктов и активизации рекреационной деятельности, что в свою очередь способствует сохранению историко-культурного наследия, устойчивому развитию территорий и продвижению дестинаций.

Удмуртия в историческом плане сложилась как поликультурный регион. Здесь можно познакомиться с памятниками культуры не только удмуртов, но и славян, татар, бесермян и других народов. Экскурсионные центры используют эту особенность и предлагают туристам различные этнографические программы.

Основу этнографического туризма в Удмуртии составляет значительное количество памятников историко-культурного наследия, музеев и театры. По данным Агентства по государственной охране объектов культурного наследия Удмуртской Республики на момент 31.12.2023 г. в Едином государственном реестре объектов культурного наследия зарегистрировано 353 объекта, расположенных на территории Удмуртской Республики.

Это единичные памятники (здания и сооружения), ансамбли, состоящие из комплекса памятников, достопримечательные места и объекты археологии. Из них 88 объектов федерального значения (в т.ч. 72 объекта археологического наследия), 259 объектов регионального значения; 6 объектов местного (муниципального) значения.

На территории Удмуртии найдено множество археологических памятников, к которым относятся древние поселения (стоянки и селища), городища, могильники и места отдельных находок. «Памятники археологии Удмуртии свидетельствуют о сложных этногенетических процессах, проходивших на ее территории на протяжении тысячелетий и имеют богатую историю исследований. Особое значение археологическое наследие имеет для финно-угорского мира, так как, несомненно, территория республики входит в зону их «исторической прародины» [6, с.16].

Городища и оборонительные сооружения, расположенные на территории Удмуртии исследователи датируют в широком временном диапазоне: от доисторических культур до XVII – XVIII веков. Среди них особо выделяется уникальный археологический памятник Всероссийского значения – Солдырское I городище IX – XIII веков, больше известное как городище «Иднакар» («крепость богатыря Идны»).

Широко представлена в Удмуртии и культовая архитектура, причем как православные храмы, так и языческие сооружения.

Среди языческих памятников стоит отметить такие места языческого моления удмуртов в Алнашском районе как Тыловось (в районе деревни Удмуртский Тоймобаш) и Булдавось (в районе деревни Пирогово). Здесь же, в Алнашском районе, расположена родовая языческая молельня Быдзем куа у деревни Кузебаево, датируемая XIX веком и являющаяся редким образцом зодчества удмуртов.

Следует отметить, что для развития этнографического туризма наиболее важными являются сохранившиеся или воссозданные памятники народного, в особенности, деревянного зодчества.

Так, в справочнике-каталоге «Памятники истории и культуры Удмуртии» описаны двухэтажные кеносы с галереями в деревне Симашур Глазовского района, являющиеся прекрасным примером деревянной национальной архитектуры. Этот ансамбль типичных построек удмуртских крестьян датируется концом XIX – началом XX веков [3].

Как таковой кенос (от удмуртского кен – «сноха» и суффикса – «ос») обозначает амбар, летнее жилище и хранилище имущества удмуртов, являясь выразительной надворной постройкой. Обычно кеносы бывают двухэтажными, с двухскатной дощатой крышей, без окон и неотапливаемые.

К историко-культурному наследию относятся не только памятники архитектуры, но и музеи и центры декоративно-прикладного искусства. На сегодняшний день в республике функционирует 65 музеев. Так, в городе Ижевск расположен Национальный музей Удмуртской Республики им. Кузема Герда, сотрудники которого уделяют огромное внимание проблемам сохранения и развития национальной культуры и традиций.

С этой же целью в городах и районах повсеместно создаются центры этнических культур, при которых нередко, особенно в сельской местности, действуют и этнографические музеи, и центры народных промыслов, и фольклорные ансамбли.

Так, Центр удмуртской культуры «Дом, хранящий века» («Даурьесты улзытйсь корка») в селе Булай Увинского района демонстрирует традиции музыкального искусства удмуртов. Здесь можно познакомиться со старинными и современными музыкальными инструментами, стать участниками национальных игр, разучить несколько национальных танцев, поучаствовать в представлении театра перформанса «Тангыра» – смысловой переключки и этнофутуристической игры на древних сигнальных инструментах: тангыры, клепало, било, рубеля.

В Каракулинском районе выделяется отдельно Центр марийской культуры в деревнях Быргында и Ныргында. В Балезинском районе успешно работают национальные культурные центры: центр удмуртской культуры в селе Люк, русской – в селе Сергино, татарской – в селе Кестым и бесермянской – в селе Юнда.

В деревне Котловка Граховского района активно и стабильно работает этноцентр русской культуры «Оберег». Котловка является типичной деревней средней полосы: деревянные дома, палисадники под окнами, большие огороды. Интересно, что перед клубом расставлены деревянные скульптуры, что, несомненно, обращает на себя внимание любого путешественника.

Одним из ярких этнографических памятников Удмуртии является Архитектурно-этнографический музей-заповедник под открытым небом «Лудорвай» – одна из точек национального туристического маршрута «Влюбиться в Удмуртию», по которому активно путешествуют гости из Москвы, Нижнего Новгорода, Санкт-Петербурга и других городов России. В переводе с удмуртского языка название «Лудорвай» означает «Веточка дерева из священной рощи».



Комплекс музея представляет собой несколько микросел с общественными, культовыми, жилыми строениями. Они расположены в хронологическом порядке, что позволяет отследить историю Удмуртской Республики в определенный промежуток времени.

В 2012 г. была принята Концепция развития Архитектурно-этнографического музея-заповедника «Лудорвай» на период до 2025 года. Цель концепции – сохранение и развитие уникальности музея в современном социокультурном пространстве региона, обозначение приоритетов и перспектив развития [2].

Сегодня на территории музея уже 23 постройки. Среди них три памятника – ветряная мельница шатрового типа, усадьба Вострикова в секторе «Центральные удмурты», усадьба Д.И. Ямщикова в секторе «Южные удмурты».

Главная достопримечательность музея – ветряная мельница. Это трехъярусное строение шатрового типа, с оборудованием и внутренним наполнением, которое готово к работе, и его можно запустить. Сегодня это одна из шести действующих мельниц в России. По праздникам ее приводят в движение, мелют муку, из которой готовят угощения для гостей.

Усадьба южных удмуртов, представителей еще Булгарского государства, кардинально отличается от других секторов Лудорвая яркими, самобытными чертами и деталями. Это многослойность в архитектуре, одежде, многочисленные отсылки к язычеству, открытые дворы, сформированные по принципу княжеских и даже царских, резные наличники и другие признаки.

Усадьба центральных удмуртов – яркий и точный пример организации быта, жизненного уклада народа так называемого долинного типа. Селения располагались в долинах, низинах небольших рек, ключей. Каждая семья образовывала мини-деревню в один двор, где хозяйственные постройки размещались по контуру участка, жилые – на красной линии единственной улицы.

В русском починке представлена усадьба Виктора Щепина и волостное правление. Усадьба – яркий пример архитектуры самого начала прошлого века с рубленным домом, баней по-черному, хозяйственными постройками. Усадьба представляет собой одноэтажный дом-пятистенки, в интерьере – керосиновая лампа, швейная машинка «Зингер», мебель фабричного производства: стулья, железная кровать. На хозяйственном дворе – хлев, погреб-ледник, который позволяет сохранить мясные, рыбные и молочные продукты в теплую погоду. Волостное правление – символ власти в населенном пункте, пришедшей на смену общинному крестьянскому самоуправлению. Волостные правления были учреждены «Общим положением о крестьянах, вышедших из крепостной зависимости» от 19 февраля 1861 года как исполнительный орган крестьянского сословного самоуправления. В здании волостного правления имелась тюрьма (каталажка) для содержания временно задержанных лиц и крестьян, по решению волостного схода определенных на небольшой срок задержания. Волостные правления были упразднены в связи с созданием волостного земства в 1917 г.

В секторе северных удмуртов и бесермян представлено две усадьбы. Они были перевезены на территорию музейного комплекса, отреставрированы, наполнены предметами быта, характерными для этих этнических групп.

Среди культовых построек, находящихся на территории Лудорвая и знакомящих с духовной культурой удмуртов, можно назвать Великое святилище. Быдзым (великая) куала – это место молений представителей одного рода.

По правилам, куала находилась в священной роще. Она представляла собой небольшую срубную постройку из тонких бревен или полубревен с двускатной, несомкнутой крышей. Окон в святилище обычно не делали. Вентиляционно-световая щель позволяла одновременно выпускать дым, освещать интерьер, и она же являлась связью жреца с верховным божеством Инмаром.

Еще один этнографический тур для знакомства с удмуртской культурой можно совершить в дер. Карамас-Пельга. Это одна из немногих деревень в Удмуртии, где сохранились язычники. Они живут на отдельной улице (Удмуртурам – «удмуртская улица»), хоронят отдельно (Удмуртшай – «удмуртское кладбище»); родственные связи держат с язычниками Агрызского, Алнашского, Малопургинского районов. В деревне есть Центр удмуртской культуры, где гостей знакомят с традиционной удмуртской кулинарией и рассказывают о жизненном цикле удмуртов. По представлениям удмуртов жизнь человека – это цикл из трех свадеб [1, с.27].

Первая свадьба – Нуны сюан – рождение («свадьба новорожденного»). Новорожденный, появившись на свет, как бы обручается с жизнью. После выздоровления роженицы устраивают «родины», на которые приглашают гостей. В доме роженицы собираются близкие родственники. Вторая свадьба – Сюан (человек находит вторую половинку), человек обручается со своим суженым. И третья свадьба – Йыр-пыд сетон – свадьба умершего. Умерший обручается с землей, с потусторонним миром.

Последняя из трех свадеб, в старину называемая «свадьбой коня», а позднее – «йыр-пыд сетон» (дословно – «жертвование головы-ног»), является одной из ярких и выразительных составных частей похоронно-поминального ритуала удмуртов.

Надо иметь в виду, что обряд существенно отличается от обычных семейных или ежегодных родовых поминок, проводимых весной и осенью, и называемых «кисьтон». «Йыр-пыд сетон» совершается в честь человека пожилого возраста: отца или матери. Далее, такую поминальную жертву умерший получает только один раз, обычно в течение трех лет с момента смерти, но не раньше, чем через год. Возможно было отдавать жертву через 3, 5, 7, 10, 20 или 30 лет. Известно, что в некоторых южных районах «йыр-пыд» давала своей умершей матери молодая женщина через год-два после замужества.

Еще один Центр удмуртской культуры, который увлекательно погружает туристов в мир этники, находится в Игринском районе Удмуртии в дер.Сундур.

Центр удмуртской культуры в дер.Сундур – это музей под открытым небом, где можно познакомиться с бытом и традициями удмуртского народа. Центр создан 1 ноября 1996 г. на базе краеведческой комнаты Сундурского Дома культуры. Это своеобразный архитектурно-этнографический музей под открытым небом. Он создан в целях сохранения, возрождения, развития и пропаганды удмуртской национальной культуры, народного творчества удмуртов, проживающих на территории Игринского района. С 2003 года центр удмуртской культуры успешно работает на экскурсионно-туристических маршрутах «Сибирский тракт – дорога сквозь века» и «Игра в Игре с Лопшо Педунем». Здесь не только проведут экскурсию, мастер-класс, поиграют в удмуртские игры, но и угостят вкусным чаем и ароматными перепечами.

Лопшо Педунь – любимый герой удмуртского фольклора. Персонаж известен своим легким характером, мудростью и любовью к жизни. В его умелых руках любая работа спорится, всякое дело он выполняет с шуткой, песней, прибауткой. Хобби Лопшо Педуня – кулинария. Любимое блюдо – пельмени с грибами. По легенде, прототипом героя служил житель деревни Левая Кушья Игринского района Удмуртии. Звали его Федором, по-удмуртски – Педором, ласкового – Педунем. Это был веселый, трудолюбивый человек. Его любили в деревне, он был завсегдатай любого праздника, хороший гармонист, певец, знал много частушек, прибауток, поучительных историй.

Лопшо Педунь – гостеприимный хозяин, любит угощать гостей пельменями, перепечами. Готовит их сам по семейным рецептам, передаваемым из поколения в поколение.

Этнотур «Игра в Игре с Лопшо Педунем» предлагает следующую программу:

1. Встреча гостей. Праздничная игровая программа с дегустацией удмуртского национального блюда – перепечи с вкусным травяным чаем. Во время чаепития Лопшо-Педунь рассказывает о секрете легкой и беззаботной жизни.
2. После развлечений с Лопшо-Педунем – поездка в пос.Игра с посещением «Дома ремесел» и проведение мастер-класса по изготовлению памятного оберега «Пестерь счастья», который по древнему преданию приносит удачу его владельцу.
3. Прибытие в Игринский краеведческий музей: посещение родины Лопшо-Педуня, знакомство с его родословным деревом.
4. После обеда – посещение парка культуры и отдыха, где есть возможность познакомиться с мифами, легендами и историями удмуртского народа.

Помимо удмуртов, на территории республики проживают бесермяне – особая уникальная этническая группа. Среди ученых бытуют два предположения о происхождении бесермян:

1. Бесермяне в своей основе тюрки, оказавшиеся среди удмуртов и перешедшие на удмуртский язык;
2. Бесермяне – это удмурты, испытавшие сильное тюркское влияние.

Республика Удмуртия – единственный регион России, в котором традиционно и компактно проживают бесермяне, что подчеркивает необходимость представления наследия народа в музеях и этнотурах.

Село Юнда Балеинского района – один из центров бесермянской культуры, который не случайно притягивает путешественников со всего мира – сюда гости едут для того, чтобы прикоснуться к традициям и обычаям бесермянского народа, услышать от старожил сказания и легенды о возникновении селения, насладиться знаменитыми бесермянскими крезями, уходящими корнями в глубокую древность. Понятие «крезь» в удмуртской культуре имеет два значения. С одной стороны, это удмуртский национальный струнный щипковый музыкальный инструмент. С другой стороны, бесермянский крезь – это песня на припевные слова.

Крезь – архаичный песенный жанр музыкального фольклора северных удмуртов и бесермян, основанный на импровизируемом пении. Специфика исполнения состоит в том, что каждая исполнительница, чутко вслушиваясь в развитие мелодии, насчитывающей сотни лет, ведет свой текст и поет свою песню. Таким образом создается редкое на сегодня многоголосье, а древний напев в очередной раз получает новое звучание – в этом и заключается его уникальность. Например, когда несколько лет назад юндинские бабушки ездили записываться для Фонда российской фольклорной комиссии РАН, они без всяких репетиций ввели в крезь импровизированный рассказ на тему «Вот мы картошку дома не докопали, а нас в Москву позвали, сидим вот, поем, да хорошо петь...»

Такой непростой манере пения бесермянки учились всю жизнь. Песни без слов сопровождали многие главные события в их жизни – их можно было услышать на свадьбе, обрядах крестьянского календаря, проводах в армию, гостевом застолье, похоронах и даже поминках. И на каждый случай была своя мелодия.

Центр бесермянской культуры села Юнда Балеинского района Удмуртской Республики предлагает обширную туристскую программу. В программу тура включены следующие услуги:

1. Встреча гостей с элементами обряда.
2. Экскурсия в Юндинский краеведческий музей. Знакомство с историей происхождения бесермянского народа, с культурой и бытом.
3. Мастер-класс по приготовлению пирогов с калегой.
4. Катание на лошади (лето, весна, осень на телеге, зима – сани) по историческим местам села Юнда, знакомство с черным тополем.
5. Развлекательная программа: участие в обрядах, хождение на ходулях, старинные игры, знакомство с бесермянскими напевами-крезьями.
6. Элемент обряда расставания с гостями.

На туристической карте Удмуртии представлена не только как полиэтническая, но и как поликонфессиональная территория. Туристический маршрут «Легенды Кестыма» – это культурно-познавательное, гастрономическое путешествие, знакомящее с миром татарской исламской культуры.

Население в Кестыме около 850 человек. Деревня эта известна тем, что ее основал потомок арского князя Касима Газиева, владения которого в середине XVI века находились по реке Чепце.

В Кестыме рядом стоят две мечети: историческая, которой уже более 110 лет, и новая соборная мечеть, открытая в 2013 году.

Старая мечеть необычна. Она построена по нетрадиционному проекту и долгое время считалась самой большой мечетью в Удмуртии. Она уже не действующая. Здесь молятся в малом зале только по большим праздникам, а в остальное время она используется во время экскурсий. В интерьере все воссоздано по сохранившимся описаниям.

К 2013 году была построена новая современная мечеть, а старую решили сохранить как памятник истории. Также в исторической кестымской мечети развернута выставка исламской культуры, где среди экспонатов можно увидеть: полумесяц с макушки мечети 1905 года, фрагменты колонн исторического минарета, казанские издания Корана конца XIX – начала XX веков.

Местные жители чтят память предков, до сих пор кропотливо ведут родословную, работают с архивами и старинными документами. Историю своего края и татарского народа дети и взрослые могут изучить в краеведческом музее, работающем в Кестымской школе. Отдельный зал – «Татар

йорты» – посвящен традиционному быту татарской семьи. Здесь очень много старинных приспособлений для торговли (татары издревле были купцами). Бережно собраны исторические костюмы, музыкальные инструменты, посуда, предметы обихода. Есть и большой старинный сундук с фотографиями, в татарских семьях он выполнял роль фотоальбома.

Таким образом, культурный потенциал республики позволяет развивать этнотуризм по самым разным направлениям. Это может быть знакомство с памятниками природы, знакомство с духовной культурой, знакомство с предметами быта и материального производства и т.д. Полиэтничность республики как одна из ее особенностей позволяет формировать различные туристские программы, демонстрирующие уникальность культуры не только коренного населения Удмуртии, но и других этносов, тем самым предоставляя туристам возможность самим выбрать интересующий их маршрут.

#### Список источников:

1. Владыкин В.Е., Чуракова Р.А. Обряд «йыр-пыд сетон» в поминальном ритуале удмуртов / В.Е.Владыкин, Р.А.Чуракова // Ежегодник финно-угорских исследований. – 2012. – Вып.3. – С. 27–41.
2. Концепция развития Архитектурно-этнографического музея-заповедника «Лудорвай» на период до 2025 года. – Ижевск, 2012. – 136 с.
3. Памятники истории и культуры Удмуртии: Каталог / Е.Ф. Шумилов, А.А. Александров, Н.А. Родионов [и др.], Удмурт.отделение всерос.общества охраны памятников истории и культуры ; ред. О. П. Майкова. – 2-е изд.,перераб. – Ижевск : Удмуртия, 1990. – 153 с.
4. Пуртова Т.В. Актуализация традиционной народной культуры и развитие программ этнотуризма в Российской Федерации / Т.В.Пуртова // Вестник МГУКИ. – 2017. – №1(75). – С.10-16
5. Ракитянская А.И. Традиционная культура как фактор устойчивого развития туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnaya-kultura-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya-turizma/viewer> (дата обращения: 20.03.25)
6. Саранча М.А. Потенциал и организация развития культурного туризма в Республике Удмуртия: монография / М.А. Саранча. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. – 112 с.



## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

**Приходько Т.П.**, преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»,  
ptp.tamara@yandex.ru

**Аннотация.** В представленной статье определены значения термина медицинский туризм, рассмотрены вопросы организации медицинского туризма в России и в российских регионах. Раскрывая особенности предоставления медицинских услуг и программ реабилитации для гостей Новосибирской области, отмечается тот факт, что регион в целом, предоставляет высокий уровень обеспеченности ВМП (высокотехнологичная медицинская помощь). В материале анализируются услуги большого количества крупных медицинских центров, предприятий медицинского производства, научных центров, медицинских институтов города Новосибирска. Данная статья содержит исследования направления реабилитации и оздоровления в регионе в таких популярных санаториях как: Краснозерский и Доволенский, курорт федерального значения Озеро Карачи и санаторий Сибиряк и многие др. Как результат проведения исследования определен общий объем рынка медицинских услуг региона, составляющий более 40 млрд. рублей в год.

**Ключевые слова:** туризм, медицинские услуги, клиника, медицинский центр, лечение, реабилитация, направления в здравоохранении, санаторий, курорт, регион, Россия, иностранные туристы, соотечественники, ближнее и дальнее зарубежье, перспективы, проблемы.

## PROBLEMS AND PROSPECTS OF MEDICAL TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIAN REGIONS

**Prikhodko T.P.**, Lecturer, Department of Business in the Service Sector, Novosibirsk State University of Economics and Management

**Annotation.** The presented article defines the meaning of the term medical tourism, discusses the organization of medical tourism in Russia and in Russian regions. Revealing the specifics of providing medical services and rehabilitation programs for guests of the Novosibirsk region, it is noted that the region as a whole provides a high level of provision of high-tech medical care. The article analyzes the services of a large number of large medical centers, medical manufacturing enterprises, research centers, and medical institutes in Novosibirsk. This article contains research on the directions of rehabilitation and rehabilitation in the region in such popular sanatoriums as: Krasnozersky and Dovolensky, the federal resort Lake Karachi and the sanatorium Sibiryak, and many others. As a result of the research, the total volume of the medical services market in the region has been determined, amounting to more than 40 billion rubles per year.

**Keywords:** tourism, medical services, clinic, medical center, treatment, rehabilitation, directions in healthcare, sanatorium, resort, region, Russia, foreign tourists, compatriots, near and far abroad, prospects, problems.

Не секрет, что «медицинский туризм» востребован во многих странах, Россия в данном случае не является исключением. Определение термина «Медицинский туризм» - перспективный сектор туризма, можно охарактеризовать как возможность многих людей получения популярной медицинской услуги в другой стране, городе или регионе, которая по определенным причинам не может быть оказана по месту их основного проживания. В мире организованы и успешно существуют фирмы, основным направлением деятельности которых является организация медицинского туризма, помощь нуждающимся в обследовании или лечении, в получении необходимой информации,

покупке транспортных билетов, оформлении визовой поддержки, бронировании мест в клиниках и многое другое. Несомненно, важно и то, что пребывание в другом регионе, стране или городе, дает уникальную возможность туристам, ознакомиться с местными достопримечательностями, культурными традициями и национальными особенностями. Поездка с медицинскими целями, как в любом путешествии включает в себя весь туристический комплекс начиная с жилья и питания, завершая транспортом и сектором развлекательных и культурных услуг.

На сегодняшний день туризм занимает важную часть мировой экономики. Одним из наиболее динамично развивающихся направлений современного вида туризма, является медицинский, который представляет собой разновидность туризма, целью которого является получение медицинских услуг вне постоянного места жительства человека. Данный вид туризма выполняет ряд функций, наиболее важными из которых являются социальный фактор (оздоровление, лечение, профилактика) и экономический с возможностью успешного формирования бюджета региона за счет привлечения потока туристов в медицинские государственные центры и частные клиники. По прогнозам Всемирной ассоциации здравоохранения, данный вид туризма, может войти в ряд главных отраслей международной экономики. [1]

В научной среде не мало российских авторов исследовали тему медицинского туризма. Среди авторов можно отметить труды: Нюренбергер Л.Б., Петренко Н.Е. [3], Зотовой Е.Г., Леушиной О.В., Щетининой Н.А. [2]. В данной статье использованы результаты исследований перечисленных авторов.

Исторически сложилось так, что россияне не доверяли отечественной медицине и вынужденно уезжали за медицинской помощью в другие страны, обращаясь за получением медицинских услуг в зарубежные клиники Китая, Израиля, Кореи и др. Период пандемии COVID-19 и последующие санкции изменили ситуацию, вынуждая многих искать лучших врачей и уникальные технологии внутри страны, в своих регионах. Для наших соотечественников обратиться за лечением в другой регион является нормальной практикой, например, в Москву едут за передовыми медицинскими технологиями, из Москвы на периферию едут с целью экономии на лечении в муниципальных клиниках. Как результат – ошутимое влияние на развитие региональной медицины и медицинского туризма.

Россия, как и многие страны также начинает активно внедряться на рынок медицинского туризма. Однако на данный период времени, несмотря на наличие высокотехнологичных медицинских центров и других значимых преимуществ, Россия не играет особой роли на международном рынке медицинского туризма. Так, по состоянию международного индекса медицинского туризма (МТИ) за 2020 год наше государство, занимает лишь 41 место из 46 стран, участвующих в рейтинге, в то время как в предыдущие годы, Россия располагалась на 34 месте. [2]

Медицинский туризм имеет три направления: въездной, внутренний и выездной. В последние 5 лет развивается медицинский въездной туризм. Россияне с удовольствием обращаются за медицинской помощью в отечественные клиники, которые не менее успешно оказывают лечение и иностранным туристам как из ближнего, так и из дальнего зарубежья. Оснащение российских лечебных предприятий и медицинских центров, высокоспециализированным оборудованием ничем не отличающемся от оснащения зарубежных клиник, оказывает значительное влияние на рост выездного медицинского туризма. Россияне все больше и больше доверяют профессионалам медицины в регионах, при этом повышается и качество медицинских услуг.

Развитие популярных направлений современного вида туризма, является важной задачей, которую Правительство Российской Федерации постепенно старается решать. Например, в 2017 году по поручению президента был создан проектный офис Минздрава РФ по развитию въездного медицинского туризма. [3] Проект подразумевает формирование кластеров в определенных регионах страны. Одним из таких регионов является Новосибирская область, обладающая значительными возможностями для успешного развития популярного направления туризма. Географическое местоположение и инфраструктура города и области с развитыми направлениями популярных медицинских услуг и присутствием курортных предприятий, позволяет организовать не только успешное лечение многих заболеваний, но и результативную реабилитацию всех в ней нуждающихся соотечественников и иностранных туристов, с применением имеющихся природных источников.

При этом чаще всего в медицинские клиники города Новосибирска, обращаются жители соседних регионов за получением медицинских услуг, ориентируясь на рекомендации друзей и отзывы о качестве сервиса и оказанных услугах в социальных сетях.

Среди востребованных предложений туристических компаний, много предложений туристского продукта, включающих в себя отдых и лечение не только в профильных санаториях региона, но и пребывание в клиниках с нетрадиционными методами лечения: иглоукалывание, йога, натуропатия и др. В то же время в регионе существуют проблемы, затрудняющие процесс продвижения медицинских учреждений Новосибирской области на международный рынок.

Так, по данным аналитического агентства «Турстат» 2019 г., Новосибирск по популярности среди направлений медицинского туризма находится на четвертом месте среди российских городов и шестом по рейтингу голосов в мировой топе. [4] Ряд респондентов, отметили то, что выберут следующие регионы для поездки в лечебных целях:

1. Санкт-Петербург 20%
2. Москва 16%
3. Казань 10%
4. Новосибирск 8%
5. Сочи 4%
6. Калининград 2%
7. Воронеж 2%

При этом в настоящее время Новосибирск занимает первое место по объему оказываемых платных медицинских услуг в Сибири. [6] Ведущие сферы медицинских услуг в Новосибирске: кардиохирургия, травматология, общая хирургия, урология, ЭКО, онкология и др.

На сегодняшний день в Новосибирске успешно функционируют 12 клиник Федерального значения и 109 регионального подчинения. Наличие в регионе трех крупных медицинских центров федерального уровня, а именно ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр имени академика Е.Н. Мешалкина», ФГАУ МНТК «Микрохирургия глаза» и Клиника иммунопатологии НИИФКИ и ФГБУ НИИТО оказывающих высокотехнологическую медицинскую помощь, несомненно смогут обеспечить приток людей не только из соседних регионов, но и из-за рубежа.

В новосибирские клиники обращаются за помощью, жители Дальнего Востока и Казахстана, большинство приезжающих как участники медицинского туризма посещают ФГАУ МНТК «Микрохирургия глаза», а также обслуживаются в ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр имени академика Е.Н. Мешалкина».

В рамках Сибирского туристического форума 2022 года, при поддержке Минздрава России и Комитета Государственной Думы России по туризму, Новосибирск выбран пилотной площадкой для всестороннего развития медицинского туризма в России. Такое решение позволило увеличить поток медицинских туристов в Новосибирскую область. По результатам 2022 года медицинскую помощь получили более 54 тыс. иностранных граждан. Наиболее популярны услуги пластических и стоматологических клиник, офтальмологических и кардиологических центров.

Эксперты по оценке развития медицинского туризма в регионе, отмечают то что наиболее привлекательны медицинские услуги, предоставляемые в Новосибирске для иностранцев, приезжающих из стран с наименьшей развитостью медицины, для получения высокотехнологичных процедур и лечения. Следующий не маловажный фактор привлекательности, отмечен в отношении иностранных туристов из экономически развитых стран, с целью экономии на получении всесторонней медицинской помощи по более низким тарифам. И конечно же в регион приезжают нуждающиеся в неотложной медицинской помощи иностранцы из стран в которых имеется определенные барьеры для получения срочного лечения в виде необходимости заранее планировать процесс лечения, а после ожидать оказания услуги несколько месяцев.

Светило медицины, конкретный доктор, работающий в известной клинике всегда притягивает к себе пациентов, где бы он не работал, к нему приедут, о нем узнают, его бренд становится знаковым. Имидж такого врача для медицинского туриста – гарантия успеха, а современные социальные сети и интернет только помогают туристам ориентироваться в сервисе медицинских услуг.

Мотивация определяющая медицинский туризм как одного из мировых трендов, не зависит от цен на услуги. При серьезном заболевании люди готовы платить любые, порой совсем не малые деньги. При этом уровень качества медицинских услуг в Новосибирске и частного здравоохранения постоянно повышается.

Цены на медицинское обслуживание в Новосибирской области на порядок ниже цен в подобных центрах зарубежных стран и многих других регионов России. [8] Для примера можно взять цены на то же эндопротезирование коленного сустава в медицинских клиниках Новосибирска и нескольких наиболее популярных стран для медицинского туризма. Так, в Израиле стоимость данной операции 17-21 тыс. долларов, в Сингапуре, находящемся на 2 месте в рейтинге самых привлекательных стран для осуществления медицинских услуг, по данным международного индекса медицинского туризма, стоимость начинается от 17 тыс. долларов и заканчивается 35 тыс. долларов, а в Индии, которой туристы отдают предпочтение в целях экономии такая услуга осуществляется за 4-12 тыс. долларов. В Москве стоимость начинается от 100 тыс. рублей, в Санкт-Петербурге – от 63,5 тыс. рублей, в свою очередь Новосибирск предоставляет эту услугу со стоимостью от 18 тыс. рублей.

Новосибирская область предоставляет высокий уровень обеспеченности ВМП (высокотехнологичная медицинская помощь). Этому способствует большое количество крупных медицинских центров, предприятий медицинского производства, научных центров, медицинских институтов.

В целях реабилитации и оздоровления в регионе действуют такие популярные санатории как: Краснозерский и Доволенский, это успешная профилактика и восстановление костно-мышечной системы и соединительной ткани, кожного покрова и нервных расстройств. Курорт федерального значения Озеро Карачи включает в программу оздоровительных услуг бальнеотерапию, гирудотерапию и рапные ванны, т.е. всевозможное лечение природными минеральными водами и лечебными грязями. Санаторий Сибиряк круглогодичное лечение сердечно-сосудистых заболеваний и проблем с ЛОР-органами и многое другое. Общий объем рынка медицинских услуг региона составляет более 40 млрд. рублей в год. [7]

При развитии внутреннем въездном туризме, пациенты имеют возможность получить качественную медицинскую услугу или за счет собственных денежных средств либо по полюсу ОМС, при этом региональные власти формируют квоты та тот или иной вид медицинской помощи. Не секрет и то, что не все люди имеют достаточный уровень платежеспособности для участия в медицинском туризме вне своего региона, даже имея серьезное заболевание.

Не менее популярен в сибирском регионе и медицинский туризм для людей приезжающих с целью получения всевозможных стоматологических услуг в популярных клиниках Новосибирска. Общая доля всех клиентов стоматологических центров среди «медицинских» туристов составляет не менее 20%. К нам едут не только лечить зубы, но и устанавливать дентальные имплантаты и протезы, востребована высокотехнологичная помощь челюстно–лицевых хирургов. Несомненно, что медицинские туристы высоко ценят профессионализм сибирских врачей и технические наработки ученых Новосибирска.

Важной мерой развития экспорта медицинских услуг является технология «Второе мнение» - услуге по заочному консультированию, благодаря которой туристу предоставляется выбор наиболее эффективного лечения. В Новосибирске такие услуги предоставляют: Национальный медицинский исследовательский центр имени академика Е.Н. Мешалкина и клиника травматологии ортопедии и нейрохирургии НИИТО. Использование технологии «Второго мнения» способствует привлечению медицинских туристов из-за рубежа, так как в заочной форме консультирования Новосибирск может стать привлекательнее, чем более крупные российские города, имея низкие цены и возможность активного продвижения в онлайн пространстве. [3]

Новосибирская область имеет значительные ресурсы, способные привлечь поток медицинских туристов как из разных регионов, так и из-за рубежа. В то же время существует множество факторов, сдерживающих развитие этого направления туризма. Например,

- отсутствие активной поддержки органов местного самоуправления региона и органов власти;
- недостаточное освещение медицинского сервиса Новосибирской области в зарубежных и Российских СМИ;



- отсутствие медицинских виз для иностранных граждан;
- отсутствие страхования медицинской деятельности врачей;
- языковые барьеры и ограничения и др.

Для решения этих проблем требуется принятие ряда мер, таких как:

1) Создание комплексного предоставления услуг: лечение, транспортировка, питание, проживание.

2) Совершенствование знаний английского языка медицинского персонала.

3) Разработка медицинских туров.

4) Привлечение государственных инвестиций.

5) Повышение информированности населения страны о медицинских услугах в регионе.

6) Развитие системы отечественного здравоохранения.

7) Создание кластера высокотехнологичной медицины, промышленного медицинского и медико-биологического парков.

8) Создание инфраструктуры, сопутствующей медицинской туристской направленности.

Также важно учесть существующую проблему медицинского туризма, касающуюся всех принимающих стран. Она заключается в том, что данное направление туризма может отрицательно повлиять на местное население. Для решения этой проблемы в некоторых странах-дестинациях адаптируют систему здравоохранения под запросы туристов. По оценкам некоторых экспертов к 2030 году, медицинский туризм как рынок путешествий с лечебными целями, в России достигнет 7,6 млрд. Данный сегмент туристических услуг становится неким индикатором системы здравоохранения страны и одним из приоритетных национальных целей.

Но несмотря на все трудности, регион обладает уникальным лечебным потенциалом и многими ресурсами, такими как: клиники с мировым именем, санатории с собственными природными факторами и сектором гостеприимства, низкая стоимость услуг при высоком уровне медицины, высокотехнологичная медицинская помощь, осуществляемая специалистами, и выгодное транспортно-географическое положение, занимает важное место на рынке медицинских услуг Сибири, и способен претендовать на международный рынок и привлекать туристов не только из ближних регионов но и с дальнего зарубежья.

#### Список источников:

1. Веселова Э. Ш. Медицинский туризм — бизнес на путешествиях с пользой для здоровья // ЭКО. — 2016. — № 3 (501). — С. 142-164.
2. Квита Г.Н., Аршинова А.Н., Зотова Е.Г. Анализ рынка лечебно-оздоровительного туризма Новосибирской области // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции. Елец, 2022. — с. 221-232.
3. Леушина О.В., Щетинина Н.А., Зотова Е.Г. Современный лечебно-оздоровительный туризм: зарубежный опыт и отечественная практика // Туризм как фактор устойчивого развития региона: Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Горно-Алтайск, 2023. — с. 219-221.
4. Нюренбергер Л.Б., Петренко Н.Е. Обзор рынка услуг лечебно-оздоровительного туризма Новосибирской области // Туризм как фактор устойчивого развития региона: Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Горно-Алтайск, 2023. — с. 221-225.
5. Официальный сайт Ростуризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/tourists/> (дата обращения: 14.03.2025).
6. Севрюков И.Ю., Киселев С.П. Анализ состояния сферы медицинского туризма г. Новосибирска: актуальные проблемы и направления развития // Молодежь-науке - XII. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса: Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции. Сочи, 2021. — с. 336-341.
7. Щетинина Н.А., Попова А.А., Приходько Т.Т. Актуальные вопросы развития туризма в Новосибирской области // Экономика и предпринимательство. — 2018. — №12. — С. 351-356.

8. Щетинина Н.А. Формы и методы социальной работы в различных сферах жизнедеятельности / Н.А. Щетинина, Т.П. Приходько, А.А. Попова // Материалы VII Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Социальные технологии» Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления (6-7 декабря 2018 г.), Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2018. — С. 245-246.
-

## ТУРИЗМ В ПАРАДИГМЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

**Розанова Л.Н.**, заведующий кафедрой «Экономическая и правовая безопасность», УВО Университет управления «ТИСБИ», канд. геогр. наук, [ladarozanova@bk.ru](mailto:ladarozanova@bk.ru)

**Садыкова Э.Р.**, заведующий кафедрой «Социально-культурного сервиса и туризма», УВО Университет управления «ТИСБИ», канд. филол. наук, [elvira\\_1969@mail.ru](mailto:elvira_1969@mail.ru)

**Кулягина Н.Г.**, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение», УВО Университет управления «ТИСБИ», канд. экон. наук, [naadai@mail.ru](mailto:naadai@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена анализу масштабов и факторам устойчивого развития туризма в Республике Татарстан. Отмечены современные лидерские позиции республики и ее столицы в мировых и российских туристских рейтингах. Особое внимание уделено достижениям проводимой в республике туристской политике, опирающейся на проведение крупных спортивных, культурных и деловых международных мероприятий: Универсиады-2013, чемпионата мира по футболу, саммита БРИКС и т.п. Проанализированы примеры и перспективы развития устойчивого туризма в республике.

**Ключевые слова:** устойчивый туризм в Республике Татарстан, туризм в Республике Татарстан, событийный туризм в Республике Татарстан, экологический туризм в Республике Татарстан.

## TOURISM IN THE PARADIGM OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE EXPERIENCE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Rozanova L.N.**, Head of the Department of Economic and Legal Security, University of Management «TISBI», Candidate of Geographic Sciences

**Sadykova E.R.**, Head of the Department of Socio-Cultural Service and Tourism, University of Management «TISBI», Candidate of Philologic Sciences

**Kulyagina N.G.**, Associate Professor, Department of Accounting and Taxation, University of Management «TISBI», Candidate of Economic Sciences

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the scale and factors of sustainable tourism development in the Republic of Tatarstan. The modern leadership positions of the republic and its capital in the world and Russian tourist ratings are noted. Special attention is paid to the achievements of the tourism policy pursued in the republic, based on the holding of major sports, cultural and business international events: the Universiade 2013, the FIFA World Cup, the BRICS summit, etc. Examples and prospects for the development of sustainable tourism in the republic are analyzed.

**Keywords:** sustainable tourism in the Republic of Tatarstan, tourism in the Republic of Tatarstan, event tourism in the Republic of Tatarstan, ecological tourism in the Republic of Tatarstan.

Республика Татарстан является одним из наиболее развитых в экономическом и социальном отношениях субъектом Российской Федерации. Об этом свидетельствуют лидерские позиции республики по величине валового регионального продукта, объемам промышленного производства, инвестициям в основной капитал, объемам строительства и ввода жилья, цифровизации, производству молока и картофеля, обороту розничной торговли, величине внешнеторгового оборота и т.п. в Российской Федерации и Приволжском федеральном округе (табл.1).

Таблица 1. Рейтинг Республики Татарстан по социально-экономическим показателям в 2024 году

| №пп | Показатели                        | Место в Российской Федерации | Место в Приволжском Федеральном округе |
|-----|-----------------------------------|------------------------------|----------------------------------------|
| 1   | Инновационная активность          | 2                            | 1                                      |
| 2   | Экспортная активность             | 2                            | 1                                      |
| 3   | Цифровизация бизнеса              | 2                            | 1                                      |
| 4   | Строительство и ввод жилья        | 2                            | 1                                      |
| 5   | Конкурентоспособность             | 3                            | 1                                      |
| 6   | Качество жизни                    | 3                            | 1                                      |
| 7   | Сельскохозяйственное производство | 3                            | 1                                      |
| 8   | Промышленное производство         | 5                            | 1                                      |
| 9   | Инвестиции в основной капитал     | 6                            | 1                                      |
| 10  | Валовой региональный продукт      | 7                            | 1                                      |
| 11  | Оборот розничной торговли         | 7                            | 1                                      |
| 12  | Рождаемость                       | 8                            | 1                                      |

Как видно из таблицы, Республика Татарстан занимает со 2-го по 7-е места среди субъектов Российской Федерации и 1-е место в Приволжском федеральном округе по важнейшим экономическим показателям.

Согласно рейтингу социально-экономического положения регионов России, Татарстан занимает 3 позицию после Москвы и Санкт-Петербурга. Рейтинг построен на анализе ключевых социально-экономических показателей: объеме валового регионального продукта, численности занятого населения, обороте розничной торговли, доле прибыльных предприятий, уровне безработицы, а также смертности населения в трудоспособном возрасте [10].

Согласно рейтингу инновационного развития субъектов Российской Федерации, самый высокий уровень экономического, образовательного развития и экспортной активности имеет г. Москва. Второе место принадлежит Республике Татарстан [7]. По уровню инновационной активности организаций, республика занимает 1 место в Приволжском федеральном округе. Особые экономические зоны республики «Иннополис» и «Алабуга» признаны лидерами в Российской Федерации по эффективности функционирования [6].

В настоящее время Татарстан отличает также высокий уровень развития инфраструктуры: образовательной, культурной, медицинской и транспортной. Все это делает республику привлекательной как для местного населения, так и туристов, инвесторов, а также для представителей других регионов и даже стран для постоянного проживания.

Одной из приоритетных отраслей экономики Республики Татарстан за последние 20 лет стал туризм. Сегодня Татарстан занимает почетные места в мировых и российских рейтингах: III место в Европе и 8 место в мире самых быстро развивающихся туристических направлений, IV место в ТОП-10 лучших туристических направлений России на протяжении последних лет, I место среди регионов ПФО по обороту в ресторанах и кафе, 6-е место в России и 1-е в ПФО по объему номерного фонда и др. [7].

В 2024 году Республика Татарстан заняла 3 место по индексу туристической привлекательности регионов России после Москвы и Краснодарского края (1 место) и Санкт-Петербурга (2 место). Индекс основан на основе 50 показателей, отражающих масштабы туристической индустрии, инфраструктуры, доступности отдыха, безопасности, аспектов устойчивого туризма и др. [11].

Кроме того, в 2024 году Татарстан занял 4-е место в рейтинге самых востребованных туристических направлений в России, на республику пришлось 3,5% от всех бронирований [12].

На майские праздники 2025 года Казань стала лидером среди городов России по бронированию отелей и других объектов размещения на период майских праздников [13].

Стабильный рост туристической привлекательности Татарстана иллюстрирует динамика туристского потока в Республику Татарстан за период с 2005 по 2024 гг. (рис.1.)





Рис. 1. Динамика туристского потока в Республику Татарстан в 2005 – 2024 гг. (тыс.чел.)

В среднем, прирост туристского потока в республику составляет 13,5% ежегодно, а ежегодные темпы прироста объема реализации услуг в сфере туризма - 17,0% [3].

Успехи туристской политики в Татарстане иллюстрируют следующие результаты:

- туристский поток вырос в 2024 году по сравнению с 2005 годом в 11,3 раза;
- объем реализации услуг в сфере туризма - в 88 раз;
- в 2,7 раза выросло число мест коллективного размещения.;
- объем платных туристских услуг в настоящее время вырос в 7,6 раза и составил 20,5 млрд рублей [3].

Посещаемость наиболее популярных достопримечательностей Татарстана за это время увеличилась в 7-10 раз. Например, в сравнении с 2010 годом, посещаемость Казанского Кремля в 2024 году возросла с 400 тыс. до 4,6 млн человек, Великий Болгар в 2024 году посетили более 900 тыс. вместо 50 тыс. в 2010 году, а Остров-град Свияжск – 1,7 млн туристов вместо 10 тыс. [3].

Эти достижения неслучайны и стали результатом проводимой в республике продуманной туристской политики, использующей максимум возможностей для развития туризма.

Татарстан обладает колоссальным туристским потенциалом: разнообразные природные ресурсы, богатое историко-культурное наследие, выгодное географическое положение и туристская инфраструктура. Разнообразие и красота ландшафтов, от таежных на севере до степных на юге республики, равнинных и возвышенных, создает привлекательные возможности отдыха на природе, развития автомобильного и спортивного, экологического, фото туризма и др. По территории республики протекают великие реки Волга и Кама, около 10 тысяч небольших рек, 8 тысяч озер, 4 водохранилища, источники минеральных вод и лечебных грязей, что является основой для круизного туризма, купального-пляжного отдыха, спортивного туризма и водных путешествий, оздоровления и лечения в санаториях.

Республика Татарстан располагает богатейшим историко-культурным наследием. Здесь живут народы с разным историческим прошлым и культурными традициями. В республике выявлено около семи тысяч объектов, представляющих историческую, научную, художественную или иную культурную ценность.

Среди них ансамбли городской застройки исторических населенных пунктов - Казани, Елабуги, Чистополя, Свияжска, Бугульмы, Мензелинска, Менделеевска, Лаишево и Тетюш; комплексы историко-архитектурных и археологических памятников Болгарского, Билярского и Суварского городищ; архитектурно-градостроительные ансамбли и комплексы Казанского Кремля, Казанского университета и многие другие [9].

В настоящее время четыре объекта Республики Татарстан включены в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Это ансамбль Казанского кремля, Болгарский историко-

археологический комплекс, Успенский собор и монастырь острова-града Свияжск, астрономические обсерватории КФУ.

Привлекают туристов и крупные культурные события - Международный оперный фестиваль имени Ф. И. Шаляпина, Международный фестиваль классического балета им. Рудольфа Нуриева - крупнейший фестиваль балетного искусства, один из старейших в России. А также Международный фестиваль имени Сергея Рахманинова «Белая сирень». В июне 2025 году в Казани пройдет церемония вручения Золотой маски в здании нового татарского театра.

Въездные и внутриреспубликанские туристские потоки связаны с проведением национальных праздников народов Татарстана: Сабантуй, Каравон, Уяв, Семьк и др. Сочетание трех типов культурных взаимовлияний (тюркского, финно-угорского и славяно-русского), а также двух религий (ислама и христианства) определяет уникальность этих мест, своеобразие культуры, а также культурных и исторических ценностей.

Превращение туристского потенциала республики в мощный фактор развития стало набирать обороты благодаря проводимой в республике туристской политике.

Мощным стимулом для развития туризма послужила подготовка и празднование 1000-летия Казани в 2005 году. В связи с этим в городе были созданы крупные объекты культурной, транспортной и спортивной инфраструктуры, благоустроены площади и улицы, был открыт первый участок метрополитена. На территории казанского Кремля была воздвигнута мечеть Кул-Шариф, воссоздавшая мечеть, разрушенную в XVI веке.

Также на территории кремля в историческом здании была создано национальная художественная галерея «Хазинэ», где, в том числе, открыто представительство Государственного Эрмитажа. Построен мост Миллениум, соединивший районы города на противоположных берегах реки Казанки. Построен ледовый дворец спорта «Татнефть Арена» на 8900 мест. Создан международный конно-спортивный комплекс «Казань» - крупнейший в России и один из крупнейших в Европе. В центре Казани организована пешеходная улица Петербургская и парк Тысячелетия.

Другими важными этапами туристской политики Татарстана стали: республиканская целевая программа «Развитие сферы туризма Республики Татарстан на 2009-2011 годы», республиканский фонд возрождения памятников истории и культуры Республики Татарстан в 2010 году, подготовка и проведение Универсиады-2013 в г. Казани и организация Государственного комитета Республики Татарстан по туризму в 2014 году.

Особенно масштабные проекты города были реализованы во время подготовки к Универсиаде-2013. Построен новый терминал международного аэропорта «Казань», железнодорожно-автобусный вокзал «Казань-2», реконструирован главный железнодорожный вокзал «Казань-1», запущена вторая очередь Казанского метрополитена, линия Казанского скоростного трамвая, аэроэкспресс между международным аэропортом «Казань» и железнодорожным вокзалом.

Возведены Деревня Универсиады на 14,5 тыс. мест, более 11 отелей, 36 современных спортивных комплексов – в том числе футбольный стадион «Казань Арена» на 45 тыс. мест, дворец водных видов спорта, академия тенниса, дворец единоборств «Ак Барс», центр волейбола «Санкт-Петербург», гребной канал на озере Средний Кабан и др. Проведена реконструкция Старо-Татарской слободы и других городских улиц.

Таким образом, в результате подготовки и проведения самой масштабной Универсиады в истории помимо транспортной, спортивной, гостиничной и ресторанной инфраструктуры, Казань получила опыт успешного проведения крупных международных событий, узнаваемость в мире и по праву стала считаться спортивной столицей России. Поэтому именно здесь состоялись Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 году, Чемпионат Европы по дзюдо в 2016 году и Чемпионат мира по футболу 2018 году [8].

В 2019 году Казань приняла 45-й чемпионат мира по профессиональному мастерству WorldSkills. Ежегодно в столице Татарстана проходит международный экономический саммит «Россия — Исламский мир: KazanSummit». С 2023 года мероприятие имеет федеральный статус. В 2024 году в Казани прошел первый международный мультиспортивный турнир в концепции

фиджитал-спорта «Игры будущего». А в октябре 2024 года здесь состоялся самый представительный в истории саммит БРИКС, в работе которого приняли участие более 30 государств.

Также в 2024 году в Казани был проведен масштабный форум «РОСТКИ: Россия и Китай — взаимовыгодное сотрудничество», собравшее более 10 тысяч представителей 36 стран мира [5].

Эти мегасобытия сделали город и республику узнаваемыми в мире, кардинально преобразили их облик, транспортную, гостиничную, спортивную и туристскую инфраструктуру, привели к появлению и развитию новых туристских центров и обусловили быстрый рост туристских прибытий и объема реализуемых туристских услуг.

Большое внимание уделяется в республике и развитию устойчивого туризма.

Экологический туризм в Татарстане предполагает ответственные путешествия в природные зоны, которое способствует охране окружающей среды и улучшению благосостояния местного населения. Богатые возможности для развития экологического туризма в Татарстане создают уникальные природные территории и объекты: Волжско-Камский заповедник, Камское Устье, Юрьевские пещеры и многие другие.

В рамках развития экологического туризма в Татарстане проводится множество мероприятий, направленных на знакомство с природой, культурой и традициями местного населения: экологические тропы, мастер-классы и образовательные программы, фестивали и ярмарки, волонтерские программы и многое другое.

В 2021 году была сформирована «Дирекция по природным территориям» Института развития городов Татарстана [2]. Главной целью дирекции стало обеспечение качественного отдыха на природе для жителей и гостей Татарстана за счет создания объектов отдыха, формирования активностей и развития инфраструктуры. Основными направлениями работы дирекции стали управление туристско-рекреационными кластерами, содействие запуску коммерческих проектов на природных территориях, реализация спецпроектов в сфере экологического и природного туризма, например, платформы для путешествий, мероприятия по экопросвещению. В частности, благодаря обучению и сопровождению предпринимателей, число глэмпингов в Татарстане к 2024 году выросло с 6 до 52.

Еще одним успешным проектом дирекции по природным территориям стало создание Волжской тропы. Тропа проходит вдоль высокого правого берега Волги от границ с Чувашской Республикой до Ульяновской области с дополнительным отрезком в Казани. Ее общая протяженность составляет 350 км и охватывает более 100 объектов культурного наследия и 26 особо охраняемых природных территорий [1].

По пути развития устойчивого туризма движется и отельный бизнес Татарстана. Победителем в номинации «Вклад в устойчивое будущее Казани» III Межрегионального фестиваля профессионального мастерства среди работников туристической, ресторанной и гостиничной сферы «Звезды гостеприимства – 2024» стала гостиница «Kazan Palace by Tasigo» [13]. В 2021 году Kazan Palace by TASIGO & NEO Kazan Palace by TASIGO получили сертификат Green Globe, на основании которого оба отеля были признаны соответствующими высоким международным стандартам. Green Globe – это один из самых строгих международных и независимых сертификатов в области устойчивого туризма. Данный отель также получил сертификат SUP-Free за постепенный отказ от использования одноразового пластика на территории отеля. Таким образом, отели турецкого бренда TASIGO в Казани стали единственными в России обладателями сертификата Green Globe за достижения в области устойчивого туризма [14].

Перспективам развития устойчивого туризма в Татарстане уделено внимание в стратегии развития республики до 2030 года. Согласно этому документу планируется создание экозоны «Волжско-Камский поток». Экозона «Волжско-Камский поток» призвана стать зоной активного развития прибрежных территорий, расположенных вдоль рек Волги, Камы, Вятки и Белой.

Данный проект призван обеспечить общественный доступ к водным и прибрежным ландшафтам Татарстана, повысить культуру природопользования водными и прибрежными ландшафтами, поддержать и капитализировать природные и культурные ценности на прибрежных территориях и т.п.

А основными принципами проекта станут устойчивость, вовлеченность и внимание к местной идентичности, социальная и экономическая эффективность, в первую очередь для существующих населенных пунктов и проживающего там населения. Особое внимание при планировании и реализации проекта будет уделено сохранению и усилению местной идентичности через бережное отношение к исторической застройке и ландшафтам, а также через развитие местных культурных институций.

#### Список источников:

1. Волжская тропа. Татарстан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://trekkingmania.ru/volzhsкая\\_тропа\\_tatarstan/](https://trekkingmania.ru/volzhsкая_тропа_tatarstan/) (дата обращения: 15.03.2025).
2. Дирекция по природным территориям [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ecotourism.tatar/about> (дата обращения: 14.03.2025).
3. Доклад «Об итогах работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму в 2024 году и задачах на 2025 год» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub\\_id=4444084](https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=4444084) (дата обращения: 4.04.2025).
4. Казань возглавила топ направлений по поездкам на майские праздники [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/2402054.htm> (дата обращения: 4.04.2025).
5. Казань на перекрестке двух великих культур: итоги второго форума «РОСТКИ» в Казани! [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tida.tatarstan.ru/index.htm/news/2362478.htm> (дата обращения: 14.03.2025).
6. О республике Татарстан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tatarstan.top/abouttatarstan/> (дата обращения: 12.03.2025).
7. Опубликовано 9-й выпуск Рейтинга инновационного развития субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/949132842.html> (дата обращения: 12.03.2025).
8. Розанова Л.Н., Свирина А.А. и др. Туризм и гостеприимство в Республике Татарстан: стратегия успеха // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2022. — Т. 16. — № 4. — С. 82-95.
9. Сюркова С.М., Розанова Л.Н., Файзрахманова Э.А. Влияние пандемии на динамику развития туристской отрасли Республики Татарстан: первые итоги // Вестник Университета управления "ТИСБИ". — 2022. — № 1. — С. 5-19.
10. Татарстан снова включили в тройку регионов – лидеров по социально-экономическому положению [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://m.business-gazeta.ru/news/636502> (дата обращения: 12.03.2025).
11. Татарстан вошел в Топ-3 Индекса туристической привлекательности регионов России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/2371568.htm> (дата обращения: 12.03.2025).
12. Татарстан поделил место с Московской областью в топе востребованных турнаправлений [Электронный ресурс]. — <https://www.tatar-inform.ru/news/tatarstan-podelil-mesto-s-moskovskoi-oblastyu-v-tope-vostrebovannykh-turnapravlenii-5967799> (дата обращения: 12.03.2025).
13. Устойчивое развитие в туризме [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kzn.ru/meriya/ispolnitelnyy-komitets/komitets-po-razvitiyu-turizma-g-kazani/ustoychivoe-razvitiye-v-turizme/> (дата обращения: 15.03.2025).
14. Устойчивый туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kazanpalace.com/stay-in-harmony/sustainable-tourism/> (дата обращения: 15.03.2025).



## ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

**Сарафанова А.Г.**, научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [anastasyast@yandex.ru](mailto:anastasyast@yandex.ru)

**Сарафанов А.А.**, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова канд. техн. наук, [alexsarafanov@mail.ru](mailto:alexsarafanov@mail.ru)

**Аннотация.** Многие страны борются с последствиями переизбытка выбросов углерода от широкого спектра разрушительной деятельности человека, что является основным фактором загрязнения воздуха, глобального потепления. Очень спорным вопросом в последние годы была связь между изменением окружающей среды и туризмом. Это исследование фокусируется на изучении взаимосвязи туризма и устойчивого развития. В исследовании было показано противоречивое воздействие туризма на достижение целей устойчивого развития. Например, с одной стороны, туризм вносит вклад в стимулирование занятости местных сообществ, а с другой — оказывает негативное воздействие на окружающую среду. Путешественники могут способствовать глобальному потеплению, занимаясь такими изменяющими климат практиками, как перелеты или проживание в отелях. Как важный путь к смягчению последствий глобального изменения климата и реализации устойчивого развития туризма, низкоуглеродный туризм представляет собой прогресс в построении экологической цивилизации в сфере туризма.

**Ключевые слова:** устойчивый туризм, развитие, низкоуглеродный туризм, выбросы CO<sub>2</sub>.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## TOURISM IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TERRITORY

**Sarafanova A.G.**, Researcher, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Sarafanov A.A.**, Senior Researcher, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Technic Sciences

**Abstract.** Many countries are struggling with the effects of excess carbon emissions from a wide range of destructive human activities, which is the main factor in air pollution, global warming. A very controversial issue in recent years has been the relationship between environmental change and tourism. This study focuses on the relationship between tourism and sustainable development. The study showed the contradictory impact of tourism on achieving sustainable development goals. For example, on the one hand, tourism contributes to stimulating employment in local communities, but on the other hand, it has a negative impact on the environment. Travelers can contribute to global warming by engaging in climate-changing practices such as flying or staying in hotels. As an important way to mitigate global climate change and realize sustainable tourism development, low-carbon tourism represents progress in building an ecological civilization in the tourism industry.

**Keywords:** sustainable tourism, development, low-carbon tourism, CO<sub>2</sub> emissions.

**Acknowledgments:** the research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial

*organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.*

Туризм является мощным двигателем экономического роста во многих местах по всему миру, способствуя расширению бизнеса, созданию рабочих мест и улучшению инфраструктуры. Кроме того, туризм часто помогает диверсифицировать экономику, уменьшить зависимость от традиционных секторов. Однако, неконтролируемое расширение туризма может также нагружать городские ресурсы и объекты, создавая такие проблемы, как перегруженные транспортные системы, повышенное загрязнение и развитие, которое может выселить местных жителей. Крайне важно найти баланс между ростом, подпитываемым туризмом, и благосостоянием городских районов [12]. Чтобы убедиться, что связь между развитием туризма и урбанизацией остается выгодной для всех заинтересованных сторон, решающее значение имеют устойчивое городское планирование [9].

Организация Объединенных Наций установила цели долгосрочного устойчивого развития до 2030. Среди этих целей — цели, касающиеся справедливого и всеобъемлющего расширения экономики и новых технических разработок в ответ на изменение климата, а также энергоэффективности и возобновляемых источников энергии в качестве главных приоритетов. В последние годы необычайный рост туризма привел к экономическому успеху и экологическим проблемам, наиболее заметно проявляющихся в росте выбросов углерода. Потребность в услугах, связанных с путешествиями, транспорте и жилье возросла. Поддержание устойчивого роста при одновременном снижении последствий изменения климата сделало снижение выбросов CO<sub>2</sub> и улучшение качества окружающей среды глобальным приоритетом [6].

В Давосской декларации говорится, что на туризм приходится около 5% общего объема выбросов CO<sub>2</sub> в мире, а к 2035 году эта доля составит 7,5%, что будет опасно для окружающей среды [13]. Это связано с использованием ископаемой энергии в туристической деятельности. Рост туризма приводит к увеличению выбросов CO<sub>2</sub> в будущем, а увеличение выбросов CO<sub>2</sub> оказывает отсроченное и отрицательное влияние на развитие туризма. Рост глобальных выбросов замедлился отчасти из-за более широкого использования возобновляемых источников энергии.

Создание низкоуглеродных отраслей является основной областью политики по сокращению выбросов, и туризм имеет жизненно важное значение для достижения этой цели. Концепция низкоуглеродного туризма была предложена в 2008 году. Низкоуглеродный туризм пропагандирует туры, основанные на низком потреблении энергии и низком уровне загрязнения. Продвигая энергоэффективные здания, устойчивый транспорт и возобновляемые источники энергии, низкоуглеродные города могут создать более пригодную для жизни и путешествий среду, одновременно сокращая углеродный след городских территорий [3].

Устойчивый туризм, согласно Jebli M.B., Youssef S.B., Apergis N. (2019), представляет собой модель, которая может постоянно поддерживаться в различных экологических, культурных и социальных рамках [5].

Исследования связи между туризмом и окружающей средой были начаты в конце 1980-х годов с использованием концепции «альтернативного туризма». Таблица 1 показывает годовой обзор связи между туризмом и устойчивым развитием, который выявили различные международные организации.

Таблица 1. Взаимосвязь туризма устойчивого развития

| Год  | Организация                                           | Пояснение                                                                                                                                                                      |
|------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1987 | Организация Объединенных Наций (ООН) (United Nations) | Комиссия Брундтланд, бывшая Всемирная комиссия по окружающей среде и развитию<br>• Официально определяет устойчивое развитие<br>• Экологические проблемы, связанные с туризмом |
| 1992 | Организация Объединенных Наций (ООН) (United Nations) | План Йоханнесбурга<br>• Повестка дня устойчивого развития на 21 век («Agenda 21»)<br>• План реализации: устойчивый туризм                                                      |
| 1993 | UNWTO (Всемирная туристская организация)              | Выразила свою позицию относительно устойчивого туризма                                                                                                                         |

| Год  | Организация                                                                                                               | Пояснение                                                                                                                                                                                                         |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1995 | Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП) (United Nations Environment Programme)                                           | Всемирная конференция по устойчивому туризму в мире. Хартия устойчивого туризма                                                                                                                                   |
| 1996 | Всемирный совет по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC)                                          | Повестка дня на 21 век для туризма («Agenda 21»), в сотрудничестве с ЕС и ЮНВТО                                                                                                                                   |
| 1997 |                                                                                                                           | Берлинская декларация<br>• Устойчивый туризм и биологическое разнообразие                                                                                                                                         |
| 1999 | Всемирный совет по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC)                                          | Комиссия по устойчивому развитию<br>• Преимущества туризма для мира<br>• Профсоюзы и работники туристической отрасли<br>• Местная власть и научно-производственные организации с точки зрения устойчивого туризма |
| 1999 | UNWTO (Всемирная туристская организация)                                                                                  | Международные этические кодексы туризма                                                                                                                                                                           |
| 2002 | Организация Объединенных Наций (ООН) (United Nations)                                                                     | Кейптаунская конференция<br>• Кейптаунская декларация об устойчивом развитии<br>• Ответственный туризм                                                                                                            |
| 2002 | UNWTO (Всемирная туристская организация)                                                                                  | Квебекская декларация об экотуризме                                                                                                                                                                               |
| 2005 | Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП) (United Nations Environment Programme / UNWTO (Всемирная туристская организация) | Руководящие принципы политики по повышению устойчивости туризма                                                                                                                                                   |
| 2007 | Международное общество экотуризма (TIES)                                                                                  | Заявление Осло<br>• Заявление об экотуризме                                                                                                                                                                       |
| 2007 | UNWTO (Всемирная туристская организация)                                                                                  | Давосская декларация<br>• Туризм и изменение климата                                                                                                                                                              |
| 2012 | Организация Объединенных Наций (ООН) (United Nations)                                                                     | Вклад устойчивого туризма в создание зеленой экономики                                                                                                                                                            |
| 2014 | UNWTO (Всемирная туристская организация)                                                                                  | Декларация Сан-Марино<br>• Доступный туризм                                                                                                                                                                       |
| 2015 | Организация Объединенных Наций (ООН) (United Nations)                                                                     | Повестка дня до 2030 года<br>• Повестка дня в области устойчивого развития и Цели устойчивого развития                                                                                                            |
| 2016 | UNWTO (Всемирная туристская организация)                                                                                  | Дорожная карта совместного празднования                                                                                                                                                                           |

Источник: [8].

В то время как предыдущие исследования раскрыли, что туризм наносит ущерб окружающей среде, некоторые исследования показали, что он снижает выбросы CO<sub>2</sub>. Используя панельные данные из стран Европейского союза за 1988–2009 годы, Lee J.W., Brahmasrene T. (2013) использовали коинтеграционные тесты для анализа влияния туризма на экономический рост и выбросы CO<sub>2</sub>. Исследование показало, что на каждый 1% увеличения числа прибытий туристов, выбросы CO<sub>2</sub> снижались на 0,11 метрических тонн [7].

Другие исследователи пришли к выводу, что международный туризм положительно влияет на экономический рост стран и помогает снизить углеродный след региона. Для двенадцати стран Азиатско-Тихоокеанского региона в период с 1995 по 2013 год исследование провели Shakouri B., Khoshnevis Yazdi S., Ghorchebigi E. (2017) [11]. Rej S. и другие (2022) обнаружили, что высокий турпоток, использование возобновляемой энергии и валовое накопление капитала сокращают выбросы в Индии [10].

Разработан Глобальный индекс развития путешествий и туризм, включающий такие факторы, как внутреннее потребление туризма, государственные расходы на отдельных лиц, капитальные инвестиции, доходы от туризма и туристической деятельности, развитие транспортной инфраструктуры, состояния природных и культурных объектов, безопасности и защищенности, ценовую конкурентоспособность, открытость национального туризма, экологичность, развитие

бизнес-среды. Индекс инфраструктуры с использованием нескольких показателей, таких как доступ к чистому топливу и технологиям для приготовления пищи, доступ к электричеству, питьевой воде и основным санитарным услугам.

Основной экологической проблемой является вырубка лесов, которая напрямую является результатом быстрой урбанизации. Сокращение выбросов углерода может быть достигнуто путем внедрения строгих правил, которые препятствуют вырубке лесов. Использование лесов в целях туризма разделено на две категории: распределение лесных угодий для туризма, для строительства туристических объектов и предоставление возможностей для природного туризма и иных рекреационных мероприятий. В настоящее время лес рассматривают и как экологический каркас биосферы, и как социально-культурную ценность, в отношении которой человечество выработало новую стратегию устойчивого развития [2].

Межправительственная группа экспертов по изменению климата предупредила, что прогнозируемое изменение климата кардинально изменит экосистемы, перспективы развития и благосостояние миллиардов людей во всем мире [4].

Устойчивое развитие любого ресурсного региона напрямую зависит от наличия потенциального потребителя и реального покупателя туристских товаров и услуг в долгосрочной перспективе [1].

Таким образом, туристическая индустрия с низким уровнем загрязнения и низким потреблением энергии способствует региональному экономическому росту и развитию низкоуглеродных туристических направлений.

Современные технологии, возобновляемые источники энергии, экологически чистый транспорт, режимы потребления, которые минимизируют использование ресурсов, и интеллектуальное зеленое строительство — все это способы, помогающие туристическому сектору внести вклад в устойчивое развитие. Необходимо продвигать достижения в области транспортных технологий, такие как высокоскоростные поезда и энергоэффективные самолеты. Улучшение общественного транспорта и инвестиции в сокращение отходов, а также рациональное управление энергоэффективностью могут значительно сократить выбросы углекислого газа. Возможно ввести экологические сборы в популярных туристических районах в качестве средства финансирования усилий по защите местных экосистем. Создание низкоуглеродного туристического города требует всестороннего понимания развития городского низкоуглеродного туризма, а не только сосредоточения на целях, ограниченных выбросами CO<sub>2</sub> и сокращением энергии.

#### Список источников:

1. Кобызев Н.С. Анализ динамики туристского потока в обеспечении устойчивого развития Алтайского региона / Н.С. Кобызев // Туризм как фактор устойчивого развития региона: материалы Международной научно-практической конференции, 19-20 апреля 2023 г., г. Горно-Алтайск / под общей редакцией Т. А. Кутлубаевой, Н. И. Клепиковой. — Горно-Алтайск : БИЦ ГАГУ. — 2023. — 400 с. — ISBN 978-5-91425-189-2.
2. Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А. Лес как туристический продукт / А.Г. Сарафанова, А.А. Сарафанов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. — 2025. — № 1. — С. 57-63. DOI: 10.17308/geo/1609-0683/2025/1/57-63
3. Сарафанов А.А., Сарафанова А.Г. Низкоуглеродный туризм как альтернативная форма устойчивого развития территории / А.А. Сарафанов, А.Г. Сарафанова, // Сборник статей IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых и студентов «Инициативы молодых – науке и производству» / Пензенский государственный аграрный университет и др., Пенза. 2025.
4. Intergovernmental Panel on Climate Change (2022). Summary for policymakers. Climate change 2022: Impacts, adaptation and vulnerability. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/> (дата обращения: 23.03.2025).
5. Jebli M.B., Youssef S.B., Apergis N. The dynamic linkage between renewable energy, tourism, CO<sub>2</sub> emissions, economic growth, foreign direct investment, and trade / M.B. Jebli, S.B. Youssef, N.



- Apergis // *Latin American Economic Review*. — 2019. — Vol. 28(2). — Pp. 1-19. DOI: 10.1186/s40503-019-0063-7.
6. Jinru L., Changbiao Z., Ahmad B., Irfan M., Nazir R. How do green financing and green logistics affect the circular economy in the pandemic situation: the key mediating role of sustainable production / L. Jinru, Z. Changbiao, B. Ahmad, M. Irfan, R. Nazir // *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. — 2021. — Vol. 35(2). — Pp. 1-21. DOI: 10.1080/1331677X.2021.2004437.
  7. Lee J.W., Brahmasrene T. Investigating the influence of tourism on economic growth and carbon emissions: evidence from panel analysis of the European Union / J.W. Lee, T. Brahmasrene // *Tourism Management*. — 2013. — Vol. 38. — Pp. 69–76. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.02.016.
  8. Pan S., Gao M., Kim H., Shah K.J., Pei S., Chiang P. Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy / S. Pan, M. Gao, H. Kim, K.J. Shah, S. Pei, P. Chiang // *The Science of the Total Environment*. — 2018. — Vol. 635. — Pp. 452–469. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2018.04.134.
  9. Qiu L., Yu R., Hu F., Zhou H., Hu H. How can China's medical manufacturing listed firms improve their technological innovation efficiency? An analysis based on a three-stage DEA model and corporate governance configurations / L. Qiu, R. Yu, F. Hu, H. Zhou, H. Hu // *Technological Forecasting and Social Change*. — 2023. — Vol. 194. DOI: 10.1016/j.techfore.2023.122684.
  10. Rej S., Bandyopadhyay A., Murshed M., Mahmood H., Razzaq A. Pathways to decarbonization in India: the role of environmentally friendly tourism development / S. Rej, A. Bandyopadhyay, M. Murshed, H. Mahmood, A. Razzaq // *Environmental Science and Pollution Research*. — 2022. — Vol. 29. DOI: 10.1007/s11356-022-19239-2.
  11. Shakouri B., Khoshnevis Yazdi S., Ghorchebigi E. Does tourism development promote CO<sup>2</sup> emissions? / B. Shakouri, S. Khoshnevis Yazdi, E. Ghorchebigi // *Anatolia*. — 2017. — Vol. 28(3). — Pp. 1-9. DOI: 10.1080/13032917.2017.1335648.
  12. Singh S.P., Sajnani M., Arora G.K. Tourism industry and circular economy: deep interlinkages / S.P. Singh, M. Sajnani, G.K. Arora // *Prabandhan: Indian Journal of Management*. — 2023. — Vol. 16. DOI: 10.17010/pijom/2023/v16i5/172822.
  13. Zhang Y., Ali Q. Socio-economic determinants of sustainable tourism and their nexus with energy, environment, and economy (3ES): A panel data analysis / Y. Zhang, Q. Ali // *Energy Strategy Reviews*. — 2024. — Vol. 56. DOI: 10.1016/j.esr.2024.101577.

УДК 502.4:571.16

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ГОСТЕЙ И ЖИТЕЛЕЙ г. ТОМСКА**

**Семенова Н.М.,** доцент геолого-географического факультета, Томский государственный университет, канд. геогр. наук, [nnsemenn@mail.tomsknet.ru](mailto:nnsemenn@mail.tomsknet.ru)

**Аннотация.** Представлены результаты исследований по оценке природного и культурного достояния г. Томска с участием гостей и жителей города. Рассмотрены наиболее значимые, по мнению граждан, природные и историко-культурные достопримечательности г. Томска и его окрестностей, определяющие туристско-рекреационную привлекательность региона.

**Ключевые слова:** г. Томск, Томская область, туристско-рекреационные достопримечательности, Золотое кольцо Сибири, общественное мнение.

**TOMSK'S TOURISM AND RECREATION: GUEST AND RESIDENT PREFERENCES**

**Semenova N.M.,** Associate Professor, Faculty of Geology and Geography, Tomsk State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** This study presents findings from research evaluating the natural and cultural assets of Tomsk, with input from both visitors and residents. The research explores the most important historical and cultural attractions of Tomsk and the surrounding area, as identified by local people. These attractions contribute significantly to the region's tourism and recreational appeal.

**Key words:** Tomsk, Tomsk Region, tourist and recreational attractions, the Golden Ring of Siberia, public opinion.

Современный Томск – крупный промышленный (с гигантами нефтехиминдустрии) и научный (со своим Академгородком) центр Сибири, сохранивший колоритность старого сибирского города с его уникальной архитектурно-планировочной средой. Это своего рода «Сибирские Афины», где насчитывается 6 вузов, а Томский государственный университет, основанный в 1878 г., по праву считается старейшим вузом России.

Богатое историческое прошлое и доблестное настоящее, традиции природопользования и сохранения природы способствовали определению Томска как важного звена транссибирского туристического маршрута «Золотое кольцо Сибири». Признавая большую значимость этого факта для развития Томска, следует обратиться к мнению населения, изучение которого будет способствовать более глубокому пониманию особенностей регионального туристско-рекреационного потенциала.

Туристско-рекреационные предпочтения гостей и жителей г. Томска выяснялись путем опросов граждан в форме анкетирования/интервьюирования. Методика формализованного интервьюирования заимствована нами в работах Д.В. Черных и соавторов по Усть-Коксинскому району Республики Алтай [4], Болгарским Родопам и Русскому Алтаю [5] и в доработанном варианте использована при оценке уровня информированности населения об особо охраняемых природных территориях Томского Приобья, перспективных для развития туризма и рекреации в регионе [2].

В настоящей работе обсуждаются результаты анкетирования граждан, проводившегося на территории г. Томска летом 2023-2024 гг. Ключевым вопросом анкеты была просьба назвать наиболее значимые природные и культурные (не более 5) достопримечательности в г. Томске и его окрестностях, представляющие наибольший интерес для гостей и жителей города как объекты познавательного туризма или отдыха населения.

Цель проведенного исследования заключалась в изучении отношения граждан к природным и культурным достопримечательностям Томского Приобья. В круг задач работы непосредственно

входило выявление перечня природных и культурных достопримечательностей, являющихся, по мнению населения, наиболее ценными и значимыми для г. Томска. Однако, некоторые из опрошенных гостей и жителей Томска при заполнении анкет предлагали свои суждения, далеко выходящие за пределы городской черты и распространяющиеся практически на всю Томскую область. Всего в опросах участвовали 150 человек, представляющих разные возрастные группы населения, среди которых не менее 30 % составляло томское студенчество.

В результате проведенного исследования установлено, что общий перечень названных при опросе населения культурных и природных достопримечательностей, представляющих наибольший интерес у жителей Томска и приезжих, включает 22 природных объекта (таблица 1) и 29 культурных (таблица 2) объектов или групп таких объектов.

Таблица 1. Наиболее значимые природные достопримечательности Томского региона (по результатам опроса населения)

| №№<br>п/п | Название природных объектов и особо охраняемых<br>территорий | Удельный вес<br>упоминаний в<br>опросах, % |
|-----------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1         | Лагерный сад                                                 | 56                                         |
| 2         | Белое озеро                                                  | 34                                         |
| 3         | Михайловская роща                                            | 26                                         |
| 4         | Песчаное озеро                                               | 24                                         |
| 5         | Синий Утес                                                   | 22                                         |
| 6         | Таловские чаши                                               | 18                                         |
| 7         | Буревестник (Потаповы лужки)                                 | 16                                         |
| 8         | Звездный ключ                                                | 14                                         |
| 9         | Леса (области, окрестностей г. Томска)                       | 8                                          |
| 10        | Васюганские болота                                           | 8                                          |
| 11        | р. Томь                                                      | 8                                          |
| 12        | Родники (природные источники) в г. Томске                    | 8                                          |
| 13        | Памятники природы                                            | 6                                          |
| 14        | Нефтехимовские (Копыловские) озера                           | 4                                          |
| 15        | Озерный комплекс в пос. Самусь                               | 4                                          |
| 16        | Санаторий «Чажемто»                                          | 4                                          |
| 17        | Березовая роща в микрорайоне «Каштак»                        | 2                                          |
| 18        | Тимирязевский сосновый бор                                   | 2                                          |
| 19        | Аникин Камень                                                | 2                                          |
| 20        | Парк «Игуменский» в г. Томске                                | 2                                          |
| 21        | Речки, ручьи и озера в окрестностях г. Томска                | 1                                          |
| 22        | Природные заказники                                          | 1                                          |

Источник: составлено автором [1, с. 37, таблица 1].

Первые 8 объектов перечня природных ценностей (таблица 1), наиболее часто упоминавшиеся в анкетах, за исключением зоны отдыха «Буревестник» с историческим названием «Потаповы лужки», – бывшие памятники природы областного значения, создававшиеся еще в советское время. Сегодня они имеют статус особо охраняемых природных территорий рекреационного назначения (Михайловская роща), памятников природы областного значения и особо охраняемых природных территорий местного значения («Белое озеро» и «Зона отдыха «Буревестник»»).

Всего в числе природных достопримечательностей было упомянуто 12 особо охраняемых природных территорий. Кроме названных выше, это особо охраняемые территории местного значения «Озерный комплекс в пос. Самусь» и «Березовая роща в микрорайоне «Каштак»» (таблица 1, №№ 15 и 17); памятник природы «Аникин Камень» в южном пригороде Томска (таблица 1, № 19) и особо охраняемая территория рекреационного назначения областного значения «Парк «Игуменский»» в центре г. Томска (таблица 1, № 20).

Абсолютным лидером в списке природных ценностей Томского региона (таблица 1) оказался Лагерный сад в г. Томске, который назвали более половины всех опрошенных. И это не случайно, урочище «Лагерный сад» – это комплекс природных и культурных ценностей и лицо современного г. Томска. Разместившись на высоком правом берегу р. Томи с прекрасным видом на окрестности, Лагерный сад стал поистине народным парком и своеобразным музеем под открытым небом, о чем еще в начале XX века мечтала томская общественность [6].

Здесь в 1896 г. профессором Императорского Томского университета Н.Ф. Кащенко был найден почти полный скелет мамонта со следами деятельности человека [7]. Классические геологические обнажения и оползневые ландшафты на правом берегу р. Томи у Лагерного сада неоднократно описаны в литературе как объекты научного и учебно-познавательного значения [1]. В настоящее время в районе Лагерного сада создано две особо охраняемые природные территории. Одна из них имеет областное значение, другая – местное [2].

Вторым по популярности объектом в списке природных достопримечательностей Томского региона, о котором следует рассказать в данной статье, является Белое озеро, которое отметили более 30 % опрошенных. Озеро находится на высокой надпойменной террасе р. Томи и входит в исторический район г. Томска «Воскресенская гора». Буквально с момента основания города Белое озеро было вовлечено в сферу жизнедеятельности активно обустривавшихся в этом регионе новых насельников Сибири.

Прошло время, озеро утратило свои функции как жизненно важного объекта хозяйственно-питьевого водопользования окрестных жителей. Сегодня это объект рекреационно-оздоровительного значения городского уровня.

Озеро овеяно легендами о целебных свойствах его воды. И это стало одной из причин общественного признания его статуса как важного природоохранного объекта Томска. Второй причиной была и остается красота местного ландшафта и рекреационная привлекательность озера и его прибрежной зоны.

В архитектурно-планировочном ансамбле Воскресенской горы в 20-30 годы XX столетия Белое озеро с прилегающими лесными насаждениями обособляется как окруженный городской застройкой зеленый остров. С течением времени по мере благоустройства территории вместо водоема неправильной формы с островом посередине на карте г. Томска стало отображаться озеро округлой формы. Берега озера укреплены бетонными парапетами, вокруг озера проложены кольцевые аллеи, которые пересекаются радиальными дорожками. Растительный покров сформирован рядовыми и групповыми посадками деревьев и кустарников местных и интродуцированных пород, газонами и клумбами. Собственно, прилегающие к берегам озера озелененные территории и являются сегодня особо охраняемой природной территорией г. Томска площадью 3,2 га. Само озеро в новых социально-экономических условиях утратило свой природоохранный статус, хотя небольшая парковая зона сама по себе без акватории озера не представляет особой ценности.

Она пересыщена аттракционами и превращается в весьма «шумное место». И любимая многими поколениями томичей зона тихого прогулочного отдыха и созерцания красот природы среди городской суеты тихо уходит в прошлое. Но, поскольку Белое озеро единственный в Томске природный (водный) объект с богатым историческим прошлым, люди его любят и ценят, и по-прежнему причисляют к числу природных ценностей города.

Анализируя далее составленный нами по результатам опроса граждан список природных достопримечательностей Томского региона (таблица 1), отметим, что, начиная с девятого пункта популярность приводящихся в таблице природных объектов значительно падает, а их наименования становятся менее конкретными. Среди таких названий упоминаются леса (в масштабах всей области и непосредственно в черте г. Томска и его ближайших окрестностях), родники в р. Томске, сама р. Томь, на берегах которой раскинулся город, речки, ручьи и озера в окрестностях г. Томска и даже Васюганские болота – безусловный экологический бренд Томской области в последние два десятилетия [2, 8]. Люди в своих анкетах (более 30% респондентов) пытаются указать на колоссальный природный потенциал Томского Приобья для развития туризма и рекреации и, не



владея конкретной географической информацией, используют общие определения природного достояния.

В начале списка наиболее значимых культурных объектов г. Томска (таблица 2), по результатам проведенного опроса населения, оказались находящиеся практически рядом и в самом центре города Ново-Соборная площадь и Городской сад. Они по праву считаются жемчужинами современного «старого» Томска, образуя хорошо выраженное композиционное ядро зеленого наряда города, успешно выполняющее задачи повседневного отдыха и отдыха выходного дня.

Таблица 2. Наиболее значимые культурные достопримечательности Томского региона (по результатам опроса населения)

| №№<br>п/п | Название природных объектов и особо охраняемых территорий | Удельный вес упоминаний в опросах, % |
|-----------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1         | Ново-Соборная площадь                                     | 36                                   |
| 2         | Городской сад                                             | 32                                   |
| 3         | Университетская роща                                      | 28                                   |
| 4         | Сибирский ботанический сад                                | 18                                   |
| 5         | Набережная (р. Томи и р. Ушайки)                          | 16                                   |
| 6         | Памятники на улицах Томска                                | 16                                   |
| 7         | Буфф-сад                                                  | 8                                    |
| 8         | Воскресенская гора                                        | 8                                    |
| 9         | Церкви и храмы                                            | 8                                    |
| 10        | Томский государственный университет                       | 6                                    |
| 11        | Драмтеатр                                                 | 6                                    |
| 12        | Памятники деревянного зодчества г. Томска                 | 4                                    |
| 13        | Каменная архитектура старого Томска                       | 4                                    |
| 14        | Музей (краеведческий)                                     | 4                                    |
| 15        | Музей истории г. Томска                                   | 4                                    |
| 16        | Музей славянской мифологии                                | 4                                    |
| 17        | Планетарий                                                | 4                                    |
| 18        | Академгородок                                             | 4                                    |
| 19        | Пушкинский парк (сквер)                                   | 4                                    |
| 20        | Сады и парки г. Томска                                    | 4                                    |
| 21        | Художественный музей                                      | 2                                    |
| 22        | Музеи ТГУ                                                 | 2                                    |
| 23        | Музей «Профессорская квартира»                            | 2                                    |
| 24        | Особняк архитектора С.В. Хомича                           | 2                                    |
| 25        | Университетское озеро                                     | 1                                    |
| 26        | Дамба на р. Томи                                          | 1                                    |
| 27        | Парк Околица (с. Зоркальцево)                             | 1                                    |
| 28        | Семилуженский острог                                      | 1                                    |
| 29        | Обь-Енисейский канал                                      | 1                                    |

Источник: составлено автором по результатам опроса населения.

Следующим по списку объектом является Университетская роща, которую отметили около 30% опрошенных. Если учесть другие, названные нашими респондентами культурные объекты Томска, генетически связанные с развитием Томского университета (старые корпуса ТГУ и, особенно, его Главный корпус, музеи ТГУ, Сибирский ботанический сад, Университетское озеро с прилегающими историческими родниками [3], Дамба на р. Томи у стадиона университета), то около половины (46 %) всех опрошенных главным культурным достоянием этого сибирского города считают именно Томский государственный университет. Таким образом, Томск однозначно воспринимается населением как университетский город, где изначально в пределах одной усадьбы Томского Императорского университета сформировались и выросли три известных вуза России –

Томский государственный университет (ТГУ), Сибирский государственный медицинский университет (СибГМУ) и Томский политехнический университет (ТПУ).

Кроме вышеупомянутых объектов зеленого строительства (Городской сад, Ново-Соборная площадь, Университетская роща, Сибирский ботанический сад) к культурным достопримечательностям г. Томска отнесены Буфф-сад (8 % опрошенных) и Пушкинский сквер (4 % опрошенных). Еще 4 % опрошенных как значимые культурные достопримечательности г. Томска отметили «сады и парки», не конкретизируя их названия. В совокупности в пользу объектов садово-парковой архитектуры в выявленном нами перечне наиболее значимых культурных достопримечательностей Томского региона высказались 60 % опрошенных.

Тем не менее, в целом небольшое количество названных при опросах привлекательных для посетителей озелененных территорий г. Томска по меньшей мере удивляет. И Университетская роща, и Сибирский Ботанический сад, и Буфф-сад, и даже периодически меняющая свой облик Ново-Соборная площадь заложены еще в дореволюционные времена. Все они находятся в старой части г. Томска. Объекты из районов более поздней застройки названы не были. Это не значит, что там нет парков, скверов или других зеленых насаждений. Однако, по мнению наших респондентов, они не отвечают критериям культурных достопримечательностей г. Томска, которые являются привлекательными для туристов.

В целом, в процессе опроса населения было упомянуто относительно небольшое количество природных и культурных достопримечательностей, привлекательных для отдыха или осмотра местными жителями или приезжающими в Томск из других регионов. Причем, в количественном отношении больше (на 14 %) названо объектов культурно-исторического типа. Ненаткнутого, но все же чаще (на 7 %) в опросах отмечались природные достопримечательности Томска.

При этом следует отметить, что перечень названных гражданами культурных или природных объектов или групп таких объектов достаточно показателен. С одной стороны, он раскрывает туристско-рекреационный потенциал Томска и Томской области, буквально лежащий на поверхности, с другой – заставляет задуматься о том, что для привлечения иногородних туристов и обеспечения досуга и отдыха местного населения требуется большая созидательная работа. Как показал наш опрос, потенциал ранее выявленных и интенсивно используемых в туристско-рекреационном отношении природных объектов в Томском Приобье, по сути, исчерпан. Особую озабоченность вызывает тенденция приоритетного использования в целях отдыха и туризма особо охраняемых природных территорий в ранге памятников природы областного значения, которых год от года становится все меньше и меньше [2]. Еще более удручает, что объектом туристско-рекреационного природопользования определяется недавно созданный и совсем с другими целями [8] Васюганский заповедник.

Включение в перечень природных достопримечательностей безымянных категорий природных объектов заставляет задуматься о необходимости развития и совершенствования в регионе сложившейся здесь сети особо охраняемых природных территорий с учетом современных приоритетов территориальной охраны природы, очевидной необходимости сохранения и воспроизводства экосистемных благ и услуг, развития туризма и массовой рекреации.

#### Список источников:

1. Родной край: очерки природы, истории, хозяйства и культуры Томской области / ред. Б.Г. Иоганзен, И.П. Кинев. — Томск: Издательство Томского университета, 1974. — 400 с.
2. Семенова Н.М. Предварительные результаты изучения информированности населения об особо охраняемых природных территориях Томского Приобья / Н.М. Семенова // Куражковские чтения. Материалы III Международной научно-практической конференции. — Астрахань: Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева, 2024. — С. 34-39.
3. Семенова Н.М., Назаров А.Д., Сидорина Н.Г., Тишин П.П. Исследование и охрана радоновых источников в окрестностях г. Томска / Н.М. Семенова, А.Д. Назаров, Н.Г. Сидорина, П.А. Тишин // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. — 2016. — Т. 327, № 7. — С. 22-34.

4. Черных Д.В., Лубенец Л.Ф., Зиновьева А.Е. Предварительная оценка культурных экосистемных услуг на основе интервьюирования населения (на примере территории Усть-Коксинского района и Катунского биосферного заповедника, Республика Алтай) / Д.В. Черных, Л.Ф. Лубенец А.Е. Зиновьева // Тихоокеанская география. — 2020. — Вып. 2. — С. 50-59.
5. Черных Д.В., Лубенец Л.Ф., Зиновьева А.Е., Глушкова М., Жиянски М., Яшина Т.В. Экосистемные блага и эффективность особо охраняемых природных территорий в горах (на примере Болгарских Родоп и Русского Алтая) / Д.В. Черных, Л.Ф. Лубенец А.Е. Зиновьева // Геосферные исследования. — 2023. — № 1. — С. 106–117.
6. Шипицин А.Н. Городское хозяйство Томска / А.Н. Шипицин // Город Томск: Типография Сибирского Товарищества печатного дела, 1914. — С. 202-278.
7. Янишевский М. Несколько слов о геологическом прошлом окрестностей г. Томска / М. Янишевский // Город Томск: Типография Сибирского Товарищества печатного дела, 1914. — С. 184-187.
8. Semenova N.M. Western Siberia in the context of global nature conservation concerns / N.M. Semenova // The international journal of environmental studies. — 2014. — Vol. 71(5). — Pp. 595-604.

УДК 338.48:39 (571.54)

**ЭТНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БУРЯТИИ**

**Цырендоржиева С.В.**, доцент кафедры «Технология и организация питания. Сервис и туризм», Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, канд. техн. наук, [ts-svetlana1971@mail.ru](mailto:ts-svetlana1971@mail.ru)

**Цыденова С.С.**, студент кафедры «Технология и организация питания. Сервис и туризм», Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, группа Б2104, [selmegtsidenova@gmail.com](mailto:selmegtsidenova@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие «этнический туризм», его особенности и перспективы развития. В современном мире большинство людей живут в многонациональных и поликультурных странах, регионах, городах, при этом утрачивая свою национальную культуру, традиции и обычаи. Проблемы сохранения, развития и возрождения культуры этносов приобретают все большую актуальность и популярность. Этнический туризм является наилучшим способом знакомства с другой культурой, основывается на неослабевающем интересе к традициям и обычаям разных народов, многочисленным памятникам культуры и истории. Одним из регионов России, в котором активно развивается этнический туризм, является Республика Бурятия.

**Ключевые слова:** историческое наследие, культура, традиции, туризм, этнос.

**ETHNIC TOURISM IN BURYATIA**

**Tsyrendorzhieva S.V.**, Associate Professor, Department of «Technology and Organization of Catering. Service and Tourism», East Siberian State University of Technology and Management, Candidate of Technic Sciences

**Tsydenova S.S.**, Student, Department of «Technology and Organization of Catering. Service and Tourism», East Siberian State University of Technology and Management, group B2104

**Abstract.** The article examines the concept of "ethnic tourism", its features and development prospects. In the modern world, most people live in multinational and multicultural countries, regions, cities, while losing their national culture, traditions and customs. The problems of preserving, developing and reviving the culture of ethnic groups are becoming increasingly relevant and popular. Ethnic tourism is the best way to get acquainted with another culture, based on the unflagging interest in the traditions and customs of different peoples, numerous cultural and historical monuments. One of the regions of Russia where ethnic tourism is actively developing is the Republic of Buryatia.

**Keywords:** historical heritage, culture, traditions, tourism, ethnic group.

**Keywords:** historical heritage, culture, traditions, tourism, ethnic group.

В современном мире туризм во всем мире рассматривается как одно из эффективных слагаемых развития экономики. Особенностью социально-экономического развития в современных условиях является ориентация не только на достижение количественных показателей экономического роста, но и все в большей мере – на его качественные параметры.

В туристской деятельности данная тенденция подразумевает увеличение удовлетворенности ее участников посредством достижения качественных целей.

Важно заметить, в последнее время этническому туризму уделяется повышенное внимание, что обусловлено нарастающим к нему интересом со стороны туристов, который в свою очередь, обусловлен процессами глобализации, утратой идентичности социальными группами, этносами, народами, а также тяготением общества к самопознанию.



Практический интерес к этническому туризму, как это всегда бывает в таких случаях, адекватно повышает теоретический интерес. Прежде всего, это относится к самому понятию «этнический туризм», по которому существует множество мнений.

В определениях одних авторов цель этнического туризма сориентирована на познание достигнутого уровня культуры и образа жизни того или иного народа [1], у других – на мотивы ностальгического характера [5], у третьих – на получение ярких впечатлений [8]. Общий недостаток известных трактовок «этнический туризм» состоит в том, что в них цель этнического туризма не увязана с исторической культурой, сохранившейся до настоящего времени.

Кроме этого, следует заметить для этнического туризма в отличие от других видов, немаловажное значение, имеет критерий подлинности (оценочная категория, характеризующая качество этнокультурного объекта, его возможности предоставить туристам исторически сохранившуюся подлинную жизнь этноса).

Барлукова А.В. предлагает формулировать этнический туризм, как вид туризма, основной целью которого является познание подлинной жизни того или иного этноса в исторически обусловленном месте его проживания [3]. Из данного утверждения следует, что этнический туризм не отвергает общие черты туризма, но отличается основной целью, которая заключается в познании подлинной жизни, где быт и культура народа не подвержены воздействию со стороны инородных культур.

Обоснование этнического туризма, как самостоятельного вида, повышает интерес к вопросам его развития, тем более Республики Бурятия, представляющей регион с повышенным потенциалом для развития этого вида туризма. Тем более, что историко-культурное наследие (природные, растительные комплексы и биоресурсы, водные богатства) в Бурятии достаточно разнообразно [9].

Вместе с тем, памятники истории и культуры – это ресурс не только интеллектуальный, но и экономический, и относиться к ним нужно бережно, используя их в интересах государства. Более того, стратегия туризма определяет приоритетные направления развития отдельных регионов, к каковому относится и Республика Бурятия.

В Республике Бурятия проживает множество народов с присущей только ему культурой, укладом быта и нравов. «История Республики Бурятии включает в себя объединение разнообразных традиций, обычаев и устоев народов Европы и Азии, развитие которой шло параллельно с развитием устоев общественной жизни в Забайкалье. Свой вклад в эту культуру внесли многие этносы и народы, на протяжении тысячелетий сменявшие друг друга на этой территории» [10]. В ней нашли отражение культурные ценности, идеалы, обряды кочевой цивилизации, северных лесных охотников, а также европейских народов.

В результате взаимопроникновения и взаимодействия культурных традиций, обычаев они оказались тесно переплетены, что нашло отражение в быту, привычках, менталитете, культуре. На этой основе возникли явления религиозного и культурного единства. В то же время основные черты национальных и этнических культур сохранили свое своеобразие.

Бурятия издревле находится на стыке многих религий. «В республике мирно сосуществуют представители таких мировых религий, как буддизм, христианство и ислам. В республике зарегистрировано около 188 религиозных организаций различных конфессий и вероисповеданий (16 буддийских дацанов, 17 православных и католических храмов и приходов, мечеть, свыше 20 религиозных сект, течений и др.). Это огромные цифры для маленькой республики, уникальность которой заключается в толерантном отношении жителей друг к другу» [7].

На территории республики проживают представители различных языковых групп, национальностей, этносов: русские, буряты, эвенки, украинцы, татары (более 100). Коренными национальностями, проживающими на территории республики, являются буряты и эвенки. Позже Бурятию заселили русские и другие этносы.

Буряты – монгольский народ в России, исторически сформировавшийся в районе озера Байкал и объединенный общей культурой и историей, а также коренное население Бурятии, западного и восточного Прибайкалья. В настоящее время буряты являются меньшинством на своей

этнической территории. Их примерная общая численность составляет, по различным оценкам от 550 тыс. до 690 тыс. человек [4].

Ранее говорилось, Бурятия – регион с повышенным потенциалом для развития этнического вида туризма, созданы все благоприятные условия для его развития, к числу которых относятся:

–наличие инвестиционных проектов, которые ориентируют на дальнейшее развитие потенциала этнического туризма;

–акцент на этнокультурные особенности при позиционировании республики на туристском рынке;

–возрастает необходимость сохранять этнокультурное наследие и возможность дать толчок для развития территорий проживания коренного населения, что наглядно иллюстрируется конкретными материалами, включенными в утвержденную Стратегию социально-экономического развития Республики Бурятия на период до 2035 года;

–объекты этнотуристской привлекательности (имеются в 14 районах (всего в РБ 21 район)), благотворно характеризующие возможности региона для развития этнического туризма.

Важно отметить, при выборе территории для развития этнического туризма необходимо учитывать такие ключевые показатели, как проживание в районе коренных малочисленных народов, наличие на территории района объектов материальной культуры и объектов духовной культуры этносов (табл.1).

Таблица 1. Факторы, используемые при выборе территории для организации и развития этнического туризма

| Учитываемый фактор                                 | Проявление фактора этнического туризма                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Расположение этнотуристских объектов               | -близость к санаторно-курортным зонам и местам массовых посещений туристами;<br>-удаленность от городов, близость к региональному центру.                                                                                                                                                                                                                                             |
| Критерии подлинности                               | -небольшое количество времени, отводимое на знакомство с самобытной культурой этноса;<br>-длительный и непосредственный контакт между туристом и этнической группой, проживание туристов с самобытным народом;<br>-активное вовлечение туристов в различные сферы жизни населения;<br>-возможное наличие современных инфраструктурных объектов, соответствующих традиционному укладу. |
| Инициатор выбора разновидности этнического туризма | -местное население территорий, сохранивших особенности культуры и быта народов;<br>-органы управления туризмом.                                                                                                                                                                                                                                                                       |

Источник: Составлено автором на основании данных, взятых из источника [3]

Необходимость решения задачи о территориальном размещении этнического туризма в республике обусловлена двумя обстоятельствами: во-первых, различными особенностями районов республики и, во-вторых, специфическими особенностями этнического туризма.

Условия и степень благоприятного сочетания этих обстоятельств существенно различаются по районам республики. Так, например, в Республике Бурятия имеются районы, в которых развит туризм, и районы в которых туризм отсутствует. Эти районы имеют свои специфические особенности, сформированные историческими, географическими, экономическими, культурными и другими факторами (рис. 1).

Ранее неоднократно подчеркивалась огромная роль ресурсов и их территориальных сочетаний в успешном развитии этнокультурного туризма, однако для его реализации требуется получить более или менее исчерпывающее представление об этнокультурном районировании территории (этнокультурная дифференциация тамошнего населения), выделенной для приема туристов. К слову сказать, именно этнокультурное районирование будет оказывать в будущем все возрастающее влияние на характер, динамику и структуру потоков этнокультурного

туризма, поскольку в основе региона как субъекта культурных процессов лежит **социокультурный код**, благодаря которому достигается интеграция систем природопользования, восприятия пространства, межкультурной коммуникации, этнических процессов.



Рис.1. Районы Республики Бурятия

Источник: составлено автором на основании данных, взятых из Официального портала Республики Бурятия [2]

Разновидности этнического туризма, с одной стороны, обуславливают разнообразие этнотуристского потенциала в целом, с другой – позволяют дифференцировать территориальные ресурсы этнического туризма с учетом особенностей каждой разновидности, что способствует решению задач по развитию туризма этого вида.

Нельзя не согласиться, республика является значительной по своей территории и практически каждый муниципальный район может быть позиционирован как самобытное интересное место посещения (паломническое, природное, историческое, социокультурное и т.д.).

Следует подчеркнуть, визитную карточку республики определяют не только сами объекты религиозного, исторического, природного наследия, но и то, как преподносится, обслуживается турист, какое впечатление он оставляет о Бурятии.

Отметим, брендом Бурятии является не только озеро Байкал, признанное шедевром природного наследия человечества. Огромный интерес представляют бурятская культура и этнокультура забайкальских старообрядцев – «семейских», включенная ЮНЕСКО в список духовных шедевров человечества. «Староверы» – «семейские» – это древняя ветвь русского народа, часть Московской Руси (допетровской).

Село Тарбагатай – один из основных центров старообрядческой культуры, как в Сибири, так и в России, основанное староверами. Для сохранения и развития культуры, традиций и обычаев сторонников древлеправославия в Бурятии создан «Центр культуры старообрядцев Забайкалья», сотрудники которого организуют экскурсии в музей быта староверов, на подворья «семейских», посещение древнеправославной церкви, знакомят с фольклором староверов, туристы принимают участие в обрядах и играх, их угощают блюдами старорусской кухни.

Несомненно, привлекает внимание основательный подход к развитию детского туризма в Мухоршибирском районе: необычные экскурсии по Тугнуйской долине к знаменитому памятнику

природы – «Табан Хурган» («Пять пальцев»), интерактивные поисковые квесты на «Колиной поляне» и «По следам Чингисхана», мастер-классы и участие в народных играх и обрядах, катание на лошадях.

Еще одним объектом, представляющим наибольший интерес для туристов, раскрывающим культуру и традиции бурятского народа, является этнокомплекс «Степной кочевник», расположенный в уютном и уединенном уголке Ацагатской долины Заиграевского района. Территория комплекса с одной стороны окружена холмами «Тамхита», а с другой ее обрамляет горный ручей с целебной серебряной водой из Ацагатского аршана. В комплексе расположены войлочные бурятские юрты для проживания гостей, построены кафе, еще старинный бурятский дом, где живет бурятская семья, ведет хозяйство, разводит скот, засаживает огород. Гости этнокомплекса могут не только принять участие в мастер-классе по приготовлению бурятских блюд, но и научиться стрелять из традиционного орудия – лука, кататься на коне, вязать носки из шерсти барана. Помимо этого, для туристов организуются различные анимационные и фольклорные программы, к примеру, шуточный обряд «Великолепное сватовство», народный хороводный бурятский танец «Ехор», национальная игра «Шагай наадан».

С 2016 года в этнокомплексе «Степной кочевник» ежегодно проводится международный музыкальный фестиваль «Голос кочевников» в формате этномызыки, привлекающий до 10 тыс. человек [11], а в 2023 году село Ацагат признано одной из самых живописных деревень России.

Хочется отметить и про знаменитые места для туристов Кабанского района: Байкальский биосферный заповедник, на территории которого расположен залив Провал, скала Белый камень, озеро Соболиное, водопады Грохотун, Сказка и Изумрудный, Кабанский заказник, яма Корчажиха (памятник космического происхождения), а также Посольский Спасо-Преображенский монастырь (один из старейших архитектурных памятников Забайкалья, основанный в конце XVII века на правом берегу озера Байкал).

За свою красоту Закаменский район по праву называют «бурятской Швейцарией» или заповедной местностью, где бьют ключи 19 целебных источников, водятся изюбри, дикие кабаны и косули. Для туристов в районе есть туристический кластер «Хамар-Дабанское кольцо» – сеть экскурсионных маршрутов по острогам Хамар-Дабана, Хангарульскому хребту, долине реки Джиды. Граничащий по-соседству с ним Джидинский округ знаменит орнитологическими турами, ботаническими экскурсиями, отдыхом в палаточных лагерях.

Вместе с тем, нельзя не сказать несколько слов о духовном центре российского буддизма – Иволгинском дацане, на территории которого находится резиденция главы буддистов России XXIV Пандито Хамбо ламы Дамбы Аюшеева «Хамбын Хурээ». Это крупнейший буддийский монастырский комплекс в России и духовная столица Буддийской традиционной Сангхи России.

Об Иволгинском дацане туристы говорят: «Попадая туда, оказываешься в другом мире. Яркие, похожие на пагоды, храмы – дацаны. Знаменитые барабаны, которые крутят, чтобы сбылось желание. Ученые ламы-астрологи, которые предсказывают судьбу и эмчи-ламы, которые лечат травами» [6]. Иволгинский дацан включает в себя 10 храмов необычных архитектурных стилей, пять ступ-субурганов, университет, оранжерею священного дерева Бодхи, загоны для косуль, жилища монахов-лам, а также одну из главных буддийских святынь – нетленное тело Хамбо-ламы Итигэлова. На территории дацана находится дворец с нетленным телом великого Учителя – хамбо-ламы Даши-Доржо Итигэлова, бурятского религиозного деятеля, одного из выдающихся буддийских подвижников XX века.

В дополнение к предшествовавшему, в Республике Бурятия широко популярны такие этнотуры, как: «Путешествие в буддийский мир Баргузина», «В гостях у семейских», «Знакомство с Бурятией», «Ладонь Чингисхана», «Святыни буддизма», «Эвенки Баунтовского района», «Чильчигиры – эвенки Северобайкалья», «Старообрядческое село - Большой Куналей» и др.

Стоит упомянуть о ежегодно проводимом международном этнокультурном фестивале «Алтан Мундарга» по разбиванию хребтовой кости, в котором принимают участие спортсмены из Монголии, Китая, Якутии, Забайкальского края и других регионов.

Наряду с этим, в республике есть этнопарки – комплексы под открытым небом, позволяющие познакомиться с аутентичными жилищами, бытом, традициями и культурой народов разных стран.



Например, этнопарк «Моя Россия» представляет собой архитектурный ансамбль, возведенный с учетом многовековых традиций домостроения различных народов России.

Таким образом, популярность этнотуризма в республике растет, его можно считать перспективным направлением. В Бурятии открываются новые туристские комплексы этнической направленности. Культура Республики Бурятия находится в постоянном развитии, обогащается новыми достижениями, в ней появляются новые направления и виды, но при этом она сохраняет наследие прошлых эпох.

Вдобавок, развитие этнического туризма в республике способствует сохранению традиций, языка национальностей, проживающих на данной территории, формированию патриотизма у молодежи, получению знаний о своей истории, повышает поток туристов, увеличивая популярность региона, то есть является перспективным видом туризма.

#### Список источников:

1. Адаева Д.О. Этнический туризм - вид или разновидность / Д.О. Адаева // Научный форум. Сибирь. – 2016. – Т.2. – №3. – С.26-27.
2. Административно-территориальное деление Бурятии. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Административно-территориальное\\_деление\\_Бурятии](https://ru.wikipedia.org/wiki/Административно-территориальное_деление_Бурятии) (дата обращения: 27.03.2025).
3. Барлукова А.В. Перспективы развития этнического туризма в Республике Бурятия / А.В. Барлукова // Активный туризм в Байкальском регионе: реальность и перспективы: материалы международной научно-практической конференции. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2012. – С.186-188.
4. Буряты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Буряты> (дата обращения: 27.03.2025).
5. Гудкова И.Н. Туризм как фактор развития культурного пространства Республики Бурятия / И.Н. Гудкова // Вестник МГУКИ. – 2015. – №3. – С. 98-102.
6. Иволгинский дацан «Хамбын Хурээ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ivolgdatsan.ru/> (дата обращения: 28.03.2025).
7. Классификационный статус этнического туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Буряты> (дата обращения: 29.03.2025).
8. Полякова Н.В., Максимов Д.В. Этнический туризм как форма межнациональных отношений / Н.В. Полякова, Д.В. Максимов // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2014. – № 5–3. – С.259-261.
9. Цыбиков Т.Г. Этнокультурный потенциал в контексте развития регионов (на примере Республики Бурятия) / Т.Г. Цыбиков // Байкальские встречи - VIII: историко-культурное наследие региона как фактор социально-экономического развития: материалы международной научно-практической конференции. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГИК, 2014. – С.7-12.
10. Чистякова О.В. Этнический туризм в контексте многообразия культур современного мира / О.В. Чистякова // Вестник ВГУ. Серия: Философия. – 2021. – №2. – С.118-127.
11. Chistyakov D. The Influence of Mass Media on Consumer Culture : religious Tourism / D. Chistyakov // Logos. – 2020 – №104 – P.140–147.

## РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В МОНОГОРОДАХ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РФ

**Яркова Д.И.**, руководитель направления «Туризм» АНО «Агентство развития Мончегорска», аспирант, Российская международная академия туризма, [yarkova-dasha@mail.ru](mailto:yarkova-dasha@mail.ru)

**Аннотация.** В статье исследованы проблемы и перспективы устойчивого развития моногородов Арктической зоны Российской Федерации, в которых градообразующие предприятия играют ключевую роль в обеспечении социально-экономической стабильности. Рассматривается переход от традиционной модели корпоративной социальной ответственности к концепции устойчивого развития. На примере моногорода Мончегорск (территория присутствия ПАО ГМК «Норникель») анализируется роль институтов развития территорий, таких как АНО «Агентство развития Мончегорска», в диверсификации экономики посредством развития туризма. Предложена модель устойчивого туризма, включающая экологическую ответственность, социальную вовлеченность и экономическую стабильность. Особое внимание уделено событийному туризму (на примере фестиваля *Imandra Fest*) как инструменту повышения туристической привлекательности, улучшения имиджа города и поддержки малого бизнеса. Результаты исследования демонстрируют рост туристического потока и позитивные изменения в социально-экономической сфере.

**Ключевые слова:** Арктическая зона РФ, моногорода, устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, системообразующие компании, туризм, событийная индустрия, диверсификация экономики, институты развития территорий, Мончегорск, ESG-принципы.

## IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE TOURISM IN SINGLE-INDUSTRY TOWNS OF THE ARCTIC ZONE OF RUSSIAN FEDERATION

**Yarkova D.I.**, Head of the Direction «Tourism» ANO «Monchegorsk Development Agency», Postgraduate student, The Russian International Academy of Tourism

**Abstract.** The article explores the problems and prospects of sustainable development of single-industry towns in the Arctic zone of Russian Federation. The transition from the traditional model of corporate social responsibility to the concept of sustainable development is considered. Using the example of the monocity Monchegorsk (the territory of Norilsk Nickel), the role of territorial development institutions, such as the Autonomous Non-Profit Organization Monchegorsk Development Agency, in diversifying the economy through the development of tourism is analyzed. A model of sustainable tourism is proposed that includes environmental responsibility, social engagement, and economic stability. Special attention is paid to event tourism (using the example of the *Imandra Fest* festival) as a tool to increase tourist attractiveness, improve the image of the city and support small businesses. The results of the study demonstrate an increase in the tourist flow and positive changes in the socio-economic environment.

**Keywords:** Arctic zone of Russian Federation, single-industry towns, sustainable development, corporate social responsibility, backbone companies, tourism, event industry, economic diversification, territorial development institutions, Monchegorsk, ESG principles.

Арктическая зона Российской Федерации играет ключевую роль в поддержании социально-экономической стабильности всей страны. В ее состав входят десять субъектов, которые занимают около 28% от общей площади России. Развитие многих арктических территорий происходило еще в советский период, населенные пункты создавались и росли вокруг природоэксплуатирующих

(градообразующих/системообразующих) компаний. Именно поэтому в русской Арктике преобладают моногорода [1].

Для арктических территорий градообразующее предприятие являлось не просто работодателем, но и основой всей жизнедеятельности, отвечающей за социальное, экономическое, культурное и пространственное развитие. Однако после перехода от плановой экономики к рыночной, модель перестала быть жизнеспособной. Это привело к ряду проблем: сокращению численности населения, утечке квалифицированных кадров, износу инфраструктуры и недостаточному уровню развития сферы услуг [8, 9].

Таблица 1. Анализ особенностей арктических моногородов

| <i>Особенности арктических моногородов</i>       |                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Фактор</i>                                    | <i>Риски</i>                                                                                                                                                   |
| Экономическая зависимость                        | Монопрофильность экономики. Если градообразующее предприятие закрывается или сталкивается с кризисом, это приводит к социальной и экономической нестабильности |
| Климатические условия                            | Низкие температуры, сложные логистические условия и сезонность деятельности делают жизнь и работу в таких городах непростой                                    |
| Инфраструктурные проблемы                        | Нехватка современных социальных объектов, транспортных связей и жилищных условий                                                                               |
| Стабильность занятости                           | Рабочие места в таких городах сильно зависят от мировых цен на природные ресурсы и инвестиционных решений крупных корпораций                                   |
| <i>Проблемы и вызовы арктических моногородов</i> |                                                                                                                                                                |
| <i>Фактор</i>                                    | <i>Риски</i>                                                                                                                                                   |
| Отток населения                                  | Молодежь уезжает из-за нехватки рабочих мест и низкого качества жизни                                                                                          |
| Негативный имидж                                 | Наличие производственных мощностей и возникающие отсюда проблемы загрязнения окружающей среды негативно влияют на восприятие города в публичном поле           |
| Необходимость модернизации инфраструктуры        | Высокие затраты на строительство и поддержку социальной сферы                                                                                                  |

Сегодня в моногородах Арктики работают преимущественно производственные филиалы компаний нефтегазодобывающего и горнопромышленного сектора. В Норильске и Мончегорске градообразующими предприятиями являются Заполярный филиал «Норникеля» и АО «Кольская ГМК» – дочерняя компания ПАО ГМК «Норникеля». Воркута на 80% зависит от угледобычи (АО «Воркутауголь», входит в «Северсталь»). В Оленегорске и Ковдоре доминируют горно-обогатительные комбинаты: «Оленегорский ГОК» («Северсталь») и «Ковдорский ГОК» («ЕвроХим») [3].

В течение нескольких последних десятилетий бизнесом проделан огромный путь по созданию своей ответственности за сохранение окружающей среды, решению социально-экономических проблем, повышению качества жизни местных сообществ. В результате корпоративная социальная ответственность становится новой философией бизнеса, в соответствии с которой компании ориентируются в своей деятельности не только на получение прибыли, но и на достижение общественного блага и обеспечение социально-экономического развития на территориях присутствия [2].

Рассмотрим корпоративные социальные политики компаний в моногородах Арктической зоны Российской Федерации в разрезе разделения принципов устойчивого развития Организации Объединенных Наций.

Таблица 2. Вклад системообразующих компаний моногородов Арктической зоны Российской Федерации в реализацию Целей устойчивого развития

| Наименование моногорода/регион АЗРФ        | Название системообразующей компании                      | Основные принципы корпоративной социальной ответственности в области устойчивого развития                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПАО ГМК «Норильский Никель»                |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| г. Норильск/<br>Красноярский край          | Заполярный филиал ПАО «ГМК «Норильский никель»           | Согласно целям устойчивого развития ООН:<br>                                                                                                                   |
| г. Мончегорск/<br>Мурманская область       | АО «Кольская горно-металлургическая компания»            |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| г. Заполярный/<br>Мурманская область       |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| пос. Никель/<br>Мурманская область         |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Госкорпорация «Росатом»                    |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| пос. Ревда/<br>Мурманская область          | ООО «Ловозерский горно-обогатительный комбинат»          | Согласно целям устойчивого развития ООН:<br>                                                                                                                  |
| г. Полярные зори/<br>Мурманская область    | АО «Концерн Росэнергоатом» «Кольская атомная станция»    |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| г. Билибино/<br>Чукотский автономный округ | АО "Концерн Росэнергоатом" «Билибинская атомная станция» |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| АК «Алроса» ПАО                            |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| г. Удачный/ республика Саха                | Удачинский горно-обогатительный комбинат                 | Согласно программе в области устойчивого развития АК «Алроса» ПАО:<br>Охрана окружающей среды;<br>Развитие регионов присутствия;<br>Развитие человеческого капитала;<br>Охрана труда и промышленная безопасность;<br>Управление и деловая этика. |
| г. Айхал/ республика Саха                  | Айхальский горно-обогатительный комбинат                 |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ПАО «ФосАгро»                              |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| г. Кировск/ Мурманская область             | Кировский филиал АО «Апатит»                             | Согласно целям устойчивого развития ООН:<br>                                                                                                                 |
| АО «МХК «ЕвроХим»                          |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| г. Ковдор/ Мурманская область              | АО «Ковдорский горно-обогатительный комбинат»            | Согласно программе в области устойчивого развития АО «МХК «ЕвроХим»:<br>Экология<br>Национальные проекты<br>Развитие регионов<br>Корпоративное управление                                                                                        |



| Наименование моногорода/регион АЗРФ             | Название системообразующей компании             | Основные принципы корпоративной социальной ответственности в области устойчивого развития                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПАО «Северсталь»                                |                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| г. Оленегорск/ Мурманская область               | АО «Олкон»                                      | Согласно целям устойчивого развития ООН:<br>   <br>                                                                                                                                                                                      |
| АО «ПО «Севмаш»                                 |                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| г. Северодвинск/ Архангельская область          | АО «ПО «Севмаш»                                 | Отсутствует информация                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| АО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат» |                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| г. Новодвинск/ Архангельская область            | АО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат» | Согласно целям устойчивого развития ООН:<br>   <br>   <br>  |

Источник: составлена автором на основании анализа [4, 6, 7] и разделам Устойчивое развитие сайтов компаний

Из анализа таблицы видно, что в настоящее время происходит поглощение концепции корпоративной социальной ответственности концепцией устойчивого развития. Корпоративную социальную ответственность все чаще рассматривают не как отдельное направление, а как часть политики по достижению Целей устойчивого развития [8].

Системообразующие компании в настоящее время являются драйверами экономического развития арктических территорий. При этом существует необходимость выбора приоритетных направлений развития, а также определения порядка взаимодействия между крупным бизнесом и органами власти по вопросам реализации социально-экономической политики.

Часто одним из ключевых направлений развития арктических территорий становится туризм, как сфера экономики, обеспечивающее стабильное устойчивое развитие региона: развитие альтернативных производств, сервисной экономики, содействие занятости населения, укрепление локальных устоев, традиций, привлечение инвестиционных потоков. Долгосрочными эффектами развития туристической сферы является снижение оттока населения и стабилизации экономической ситуации.

Все большую роль во взаимодействии крупных компаний и органов власти при реализации программ социально-экономической политики играют институты развития территорий. Например, между ПАО ГМК «Норильский Никель» и муниципалитетами административных образований на территориях присутствия компании в Красноярском крае и Мурманской области создано: Агентство развития Норильска, Агентство развития Мончегорска и Центр социальных проектов «Вторая Школа».

В связи с вышеизложенным, актуальной научной задачей становится изучение опыта развития туризма в арктических моногородах институтами развития территорий. Объектом исследования взят моногород Мончегорск – территория присутствия ПАО ГМК «Норильский Никель». Цель – оценка механизмов при реализации принципов устойчивого развития туризма проектов АНО «Агентство развития Мончегорска».

Устойчивый туризм – это туризм, который в полной мере учитывает текущие и будущие экологические, экономические и социальные воздействия, при этом удовлетворяя потребности туристов, местных жителей, окружающей среды и самой отрасли [12].

Для формирования подходов устойчивого туризма и обеспечения основных его принципов (долгосрочные экономические выгоды для местного сообщества, сохранение культурного кода территории, минимизация негативного воздействия на окружающую среду) на территории г. Мончегорска был предложен пошаговый сценарий развития туристической сферы, который включал:

- разработку и синхронизацию документов стратегического характера;
- создание и развитие местного туристического сообщества;
- разработку маркетинговой концепции упаковки существующих туристических активностей с целью их коммерциализации;
- выявление и развитие приоритетных направлений туризма, не оказывающих негативного воздействия на окружающую среду;
- активацию бренда города через развитие предпринимательских инициатив;
- развитие качества сервисных услуг;
- разработку инвестиционных лотов с учетом экологических факторов и привлечение внешних инвестиций;
- включение в стратегические документы и программы развития федерального уровня.

Нами была разработана модель устойчивого развития туризма на примере проектной деятельности АНО «Агентство развития Мончегорска».



Рис. 1. Модель устойчивого развития туризма на примере деятельности АНО «Агентство развития Мончегорска»

Источник: разработано автором на основании анализа проектной деятельности АНО «Агентство развития Мончегорска»

Устойчивый туризм в Мончегорске базируется на трех основных аспектах:

- экологическая ответственность – развитие эко-инфраструктуры, сохранение природных ресурсов;

- социальная вовлеченность – поддержка местного сообщества, создание рабочих мест, развитие малого бизнеса;
- экономическая стабильность – диверсификация экономики моногорода, привлечение инвестиций.

Агентство развития Мончегорска выступило координатором развития туризма, реализуя стратегические документы. В стратегии развития туризма были сформированы решения по развитию туристических продуктов с акцентом на озеро Имандра. Задачей бренд-стратегии стало смещение акцента с индустриального города на природный озерный с использованием позиционирования «Озера вокруг нас». В рамках развития инфраструктуры туристско-рекреационного кластера «Имандра» предложено создать условия для всесезонного комфортного и безопасного экологического водного туризма. Реализация предложенных решений в стратегических документах раскрывает туристический потенциал одного из крупнейших озер Северной Европы – Имандра.

Важную роль в обеспечении политики устойчивого развития туризма является работа с брендом территории. Его развитие положительно отражается на создании новых локальных брендов. В свою очередь, локальные бренды становятся важной частью экономики впечатлений, значительно увеличивая средний чек туриста. Комплексная работа по внедрению бренда положительно влияет на городское развитие, в частности, на развитие туристической сферы. Благодаря грамотному позиционированию, развитию туристических проектов, появлению новых точек сервиса появляются такие экономические эффекты, как рост количества гостей, увеличение среднего чека, увеличение вклада в экономику города от туристической отрасли. Бренд территории живет, когда он воспринимается и принимается местным населением и местным бизнесом [10].

Туризм как бизнес на территории выстраивается вокруг понятного туристического продукта. Последний становится устойчивым в случае вовлечения местного населения, формирования туристического продукта вокруг идентичности территории, поддержки местных традиций и устоев, развитии локальной кухни как части экономики впечатлений туриста. Важно развитие «чистых» видов туризма. Например, развитие пешего туризма минимизирует воздействие на окружающую среду, развитие экологического туризма позволяет ограничить доступ к уязвимым природным зонам и при этом повысить уровень экопросвещения. Маркетинг в туризме помогает грамотно распределить туристические потоки, привлечь внимание туристов к той или иной туристической достопримечательности или активности. Понятие «устойчивый туризм» полностью трансформирует традиционный туристический продукт, делая его более этичным и экологичным. В итоге, это выгодно не только местным сообществам, но и самим туристам, которые получают уникальный и осознанный опыт путешествий.

При мастер-планировании туристической инфраструктуры необходимо находить баланс между экономическим ростом, сохранением окружающей среды и социальной ответственностью. Формирование инвестиционных лотов на основе комплексной оценки территории с учетом природных особенностей, экологической емкости способствует устойчивому развитию туристической инфраструктуры. Такой подход повышает привлекательность дестинаций в долгосрочной перспективе, снижая риски переэксплуатации ресурсов.

Рассмотрим подробнее вопросы устойчивого развития событийной индустрии. Одним из трендов развития событийной индустрии является устойчивое развитие и ESG-принципы как маркеры при реализации политик корпоративной социальной ответственности компаний и дополнительные преимущества в борьбе за туристический поток [5].

Основными принципами устойчивого развития ивент-индустрии являются:

1. Разделение ответственности организаторами мероприятия за внедрение и продвижение практик устойчивого развития.
2. Сохранение экологических ресурсов и биоразнообразия.
3. Обеспечение социальной ответственности, в т.ч. положительное воздействие на сообщество, уважение местной культуры и традиций.
4. Обеспечения стабильного экономического развития, в т.ч. поддержка локального предпринимательства, обеспечение сотрудничества и партнерства.



\*число в руб./прирост в % за 3-5 лет

Рис. 2. Количественные показатели, оцениваемые при развитии событийного туризма в г.Мончегорск в разрезе устойчивого туризма

Источник: разработано автором

Механизмом развития устойчивого событийного туризма в Мончегорске стало развитие зонтичного бренда Imandra Fest [11], призванного объединить и усилить мероприятия, уже проводимые в городе, привлечь новые федеральные партнерства, обеспечить развитие локального бизнеса в городе и привлечь туристический поток.

В статье предложено использовать параметры, по которым наиболее точно можно оценить устойчивость развития событийного туризма в моногородах Арктической зоны Российской Федерации (рис. 2).

Оценка влияния событий на развитие туризма и их вклад в экономику города оценивается множеством параметров. В исследовании нами учитываются следующие ключевые параметры, которые отражают степень устойчивости развития событийного индустрии в г. Мончегорск:

- к экономической устойчивости можно отнести объем вырученных средств локальным бизнесом при проведении мероприятий, общий вклад в экономику города, насколько лояльны горожане и органы власти к проводимым событиям;

- к социальной устойчивости мы отнеси количество участников (горожан и местных жителей), их удовлетворенность проведенными событиями, вовлечение местных сообществ в наполнение мероприятия;

- экологическая устойчивость подразумевает наличие в программе эко-повестки, в т.ч. программы по раздельному сбору мусора, наличие экологических мастер-классов и т.д.

Событийный туризм повлиял на стабильное развитие города, при котором было обеспечено решение социально-экономических задач:

- Мончегорск появился не только на событийной карте РФ, но и на карте туризма – туристический поток увеличился с 5,8 тыс. чел. до 57,8 тыс. человек в период с 2020 до 2023 года;

- негативный облик моногорода стал менее заметен благодаря сильной информационной событийной повестке;

- стало активным местное сообщество, которое регулярно поддерживается спросом внешнего туристического потока;



- развитие малого и среднего бизнеса: открытие точек продаж сувенирной продукции, развитие креативных предпринимателей, новых объектов размещения и питания.

Результаты исследования демонстрируют, что реализация принципов устойчивого туризма может быть произведена разными методами, в т.ч. развитием событийной индустрии. Пример Мончегорска показал, что события являются эффективным инструментом для диверсификации экономики моногорода, улучшения имиджа города и повышения качества жизни населения. В перспективе дальнейшее развитие туризма в Мончегорске планируется в рамках мастер-плана агломерации, что соответствует национальным целям развития туристической отрасли в России.

В соответствии с мастер-планом Мончегорской городской агломерации Мончегорск должен стать центром спорта, центром туризма, центром обслуживания.

#### Список источников:

1. Вахрушев А. В. Моногорода в Арктической зоне России: проблемы и перспективы / А.В. Вахрушев // Арктика и Север. — 2021. — № 3. — С. 55-61.
2. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: учебное пособие Внешэкономбанка, Москва: ОАО «АСИ-Консалтинг», 2011. — 57 с.
3. Корчак Е.А. Проблемы и возможности развития моногородов российской Арктики. / Е.А. Корчак // Арктика и Север. — 2021. — № 50. — С.23-46.
4. Организация объединенных наций. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.un.org/ru/> (дата обращения: 13.04.2025).
5. Островская Д.А., Смирнова А.Н., Четыркина Е.В., Чуваев А.Н. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Устойчивое развитие. — Санкт-Петербург: Библиотека выставочного научно-исследовательского центра, 2023. — 135 с.
6. Правительство Российской Федерации. Распоряжение от 29 июля 2014 № 1398-р. Перечень монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/41d4f68fb74d798eae71.pdf> (дата обращения: 13.04.2025).
7. Президент России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/38377> (дата обращения: 13.04.2025).
8. Селиванов В. Социально-экономические вызовы арктических моногородов / В. Селиванов // Экономика региона. — 2020. — № 5. — С.17-26.
9. Стратегия развития Арктической зоны РФ и обеспечения национальной безопасности до 2035 года (Минвостокразвития РФ) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/events/files/ru/J8FhckYOPAQQfxN6Xlt6ti6XzpTVAvQy.pdf> (дата обращения: 13.04.2025).
10. Яркова Д.И. Особенности брендинга туристских территорий на примере города Мончегорск // Современные тенденции научных исследований в профессиональном образовании, экономике и управлении: Материалы XV Международной конференции (научной школы) магистрантов, аспирантов и молодых ученых. Химки, 10 апреля 2024 г. — М.: Университетская книга. 2024. — С. 233-240.
11. Яркова Д.И. Мы сделали ставку на событийный туризм / Д. И. Яркова // Congress Time. — 2023. — № 4 (25). — С.42-45.
12. UN Tourism [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.unwto.org/> (дата обращения: 14.04.2025).

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**Анкушина Н.Ю.**, ведущий специалист по обучению, «Coral Travel»,  
natalia.ankushina@coral.ru

***Аннотация.** В статье рассматривается пример формирования ценностно-ориентированной модели компетенций на примере туристского оператора. Последние годы стали для туристической сферы максимально турбулентными, что не могло не найти свое отражение в изменениях бизнес-процессов компании и в управлении персоналом. В основе изменений лежал пересмотр модели компетенций и ее усовершенствование под требования внешнего рынка и внутренних перемен в компании. Начало работы сопровождалось анализом современных подходов в формировании модели компетенций и современных трендов в управлении персоналом.*

***Ключевые слова:** компетенция, модель компетенций, компетентностно-ценностный подход, развитие, организационная структура, бизнес-процессы, должностные инструкции, подбор персонала, система стажировок.*

## **FORMATION OF A VALUE-BASED COMPETENCE MODEL**

**Ankushina N.Yu.**, *Leading Training Specialist, Coral Travel*

*Annotation. The article considers an example of the formation of a value-oriented competence model using the example of a tourist operator. Recent years have become extremely turbulent for the tourism sector, which could not but be reflected in changes in the company's business processes and personnel management. The changes were based on the revision of the competence model and its improvement to meet the requirements of the external market and internal changes in the company. The beginning of the work was accompanied by an analysis of modern approaches to the formation of a competence model and current trends in personnel management.*

***Keywords:** competence, competence model, competence-value approach, development, organizational structure, business processes, job descriptions, personnel selection, internship system.*

Глобальные изменения и общая турбулентность туристической отрасли, вызванная событиями последних лет привели к падению трафика туристов, в том числе и из России. ООН провело исследование и вывило, что туризм уровня 2020 года соответствует туризму уровня 1980 года. Всемирная туристическая организация (ЮНВТО) привела данные, что коронавирус привел к спаду числа путешествий на 70-75%. Сложная ситуация наблюдается и на рынке российского туризма. Общие потери российской туриндустрии за 2020-2021 год только по официальным данным оценивается приблизительно в 1,5 трлн рублей, чуть более 1 млн туристов по итогам ушедшего 2021 года, получили равнозначные туры или денежные возвраты. В пиковые моменты пандемии туризм был отброшен на 30 лет.

С 2022 года и далее поток туристов переориентировался с зарубежных стран на путешествия по России, странам южного Кавказа, центральной Азии и Ближнего Востока. На Абхазию, Турцию, Казахстан пришлось 11,03 млн поездок. Вторые по прибыльности страны оказались Грузия, Армения, Таиланд. Китай – 3,22 млн поездок. На снижение турпотока за границу так же повлияла девальвация рубля, что существенно увеличило стоимость поездки, соответственно рынок отечественного туризма активно развивается. Вышеперечисленные события и тренды привели к внедрению изменений в деятельность туроператорских компаний. Изменения в процессах

компании, в организационной структуре, цифровизация процессов привели к пересмотру обязанностей сотрудников и требований к кандидатам. Старая модель компетенций уже не работала.

Целью актуализации модели компетенций было:

- Повышение эффективности управления персоналом. Модель компетенций делает этот процесс прозрачным и легко прогнозируемым, что повышает уровень мотивации и вовлеченности сотрудников, уменьшает текучку кадров и сроки закрытия вакансий.
- Повышение конкурентоспособности компании. Модель компетенций позволяет отслеживать динамику влияния знаний, опыта, умений и навыков работников на решение общих задач организации и достижение структурных целей в рамках бизнес-процессов.
- Разработка карьерных маршрутов. На основе требований к конкретным должностям, модель помогает построить путь из текущей точки с уже имеющимся набором компетенций к целевой точке с необходимым профилем.
- Гармонизация модели компетенций. Все характеристики должны составлять единый ансамбль, не содержащий несовместимых компетенций.
- Развитие и поощрение продуктивного поведения. Главная цель использования модели компетенций — развитие продуктивного поведения, а не наказание негативных проявлений.

К задачам относился анализ методических подходов к разработке модели компетенций, подготовка списка компетенций, согласование списка компетенций с руководителями отделов, прописывание степени владения теми или иными компетенциями и построение модульной системы обучения.

**Методическая часть.** Обращаясь к определению понятия компетенции, мы остановились на следующем – это комбинация навыков, знаний и опыта, необходимых для эффективного решения поставленных задач [6]. При формировании новой модели компетенций основывались на измененной организационной структуре, ценностях компании и международном характере работы компании. Термин «модель компетенций» используется для обозначения полного набора компетентностей (с уровнями или без них) и индикаторов поведения [5]. Ориентация компании на бизнес-преломление разрабатываемых компетенций, позволяет добавить к существующим определениям следующий акцент – это владение ситуацией в условиях изменяющейся внешней среды, способность реагировать на это влияние и изменить ее. Основу компетенций составляют знания, умения и навыки, формирующиеся в процессе обучения и поддающиеся анализу, измерению и корректировке [2]. В поддержку бизнес ориентированности компетенций некоторые авторы выделяют следующие критерии, которым должны соответствовать компетенции:

1. Соответствие модели стратегическим целям компании. Это означает, что разрабатываемая модель компетенций должна способствовать эффективной деятельности работников фирмы и достижению стратегических целей компании, а не препятствовать этому.

2. Учет предполагаемых изменений, которые могут повлиять на деятельность компании в целом позволяет модели оставаться актуальной. Вероятные изменения включаются в модель компетентностей как стандарты поведения, которые описывают, как сотрудникам придется справляться с работой в ближайшее время или в более отдаленной перспективе. Качественная модель компетенций должна учитывать представление о будущем, которое существует у руководителей компании и которое включено в планы компании [1]. Учет тех трендов развития туристической области, которые были перечислены в начале статьи.

3. Полезность для всех сотрудников фирмы, кто использует компетенции. Нельзя забывать, что субъектом модели являются работники, у которых тоже есть свои цели, интегрированные в цели компании, свои мотивы трудовой деятельности и свои потребности [1]. В этом пункте реализуется современный ориентир на человекоцентричность. Данный подход объединяет в себе ориентир на интерес к чувствам, ценностям, мотивам и приоритетам сотрудников. Данное смещение акцента в работе с сотрудниками помогло снизить текучесть персонала и повысить вовлеченность персонала в целом, что очень важно при нынешнем дефиците кадров. В целом сейчас говорят о «смене глобального тренда на рынке труда» [3].

Учет всех выше перечисленных пунктов при формировании модели компетенций позволяет усилить человеческий капитал компании и повысить конкурентоспособность компании наряду с созданием различных цифровых продуктов в компании.

Специалисты выделяют следующие подходы к формированию модели компетенций:

1. Личностно-ориентированный подход предполагает разработку профиля личностных особенностей, которые необходимы для выполнения работы.

2. Поведенческий подход предполагает, что на результаты труда влияет не только квалификация человека, но и его стиль поведения. Для каждого рода деятельности эти устойчивые стили поведения разные. Они могут быть сформированы через обучение и развитие [5].

3. Функциональный подход ориентирован на создание полной картины компетенций, чтобы сформировать и применить требования развития к каждой бизнес-функции. Этот подход позволяет понять какие компетенции достаточно развиты, представлены частично или требуют развития. Данный подход удобен своей наглядной применимостью к крупным бизнес-функциям, которые уже ориентированы на определенную общую для корпорации стратегию.

4. Компетентностно-ценностный подход предполагает, что за результат работы отвечают компетенции, а не знания, умения и навыки. В рамках этого подхода компетентность понимается, как способность самостоятельно и ответственно решать профессиональные задачи.

Помимо выбора подхода к формированию модели компетенций необходимо определиться со структурой описания компетенции [4]. Структура компетенции включает:

1. Название компетенции
2. Определение компетенции
3. Индикаторы разной степени проявления ее сотрудника
4. Шкала оценки
5. Описание критических инцидентов, так как компетенции реализуются в рабочих ситуациях при выполнении функциональных и должностных обязанностей, взаимодействия с другими при решении профессиональных задач [2].

При формулировании компетенции, необходимо ориентировать на следующие пункты:

- целеориентированность,
- универсальность,
- конкретность,
- субъективность
- контекстность [7].

Модель компетенций основывалась на интегрированном подходе, где объединили два подхода «функциональный» и «компетентностно-ценностный». Частично список компетенций стал включать функциональные компетенции, а частично ценностные компетенции, где-то компетенцию можно было отнести к двум подходам. На этом этапе не вводилась система детерминации между компетенциями. Возможно, это будет сделано при дальнейшем развитии данной модели. Список компетенций, следующий:

1. Этичность – способность при взаимодействии с коллегами брать во внимание менталитет и нравственно-религиозные, культурные особенности сотрудников компании.

2. Квалификация - способность приносить результат компании, делая это в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями к должности.

3. Качество - умение решать рабочие задачи, в соответствии с описанием в должностных инструкциях и бизнес - процессах компании.

4. Эффективность - способность решать профессиональные задачи повышенной сложности.

5. Фокус на клиента - понимание потребностей клиентов/партнеров и учет их при реализации запросов и выполнения своих должностных обязанностей.

6. Организационный и бизнес-фокус - понимание бизнес-процессов и значения места своего отдела в общей цепочке бизнес-процессов компании и умение достигать результата в отделе.

7. Ответственное поведение - готовность брать на себя ответственность за свои действия, решения, последствия решений, а также за действия зависимых людей.



8. Командная работа — это совокупность знаний о процессе командной работы, умений и навыков командного взаимодействия, направленного на достижение целей компании.

9. Лидерство — это готовность принимать на себя ответственность за результаты работы других, умение мотивировать людей и координировать их работу по достижению цели.

10. Принятие решений — это способность выявлять источники нужной и объективной информации, системно их анализировать, делать логические выводы, а затем принимать решения с учетом временных рамок и бизнес-приоритетов.

**Согласование списка компетенций.** В качестве экспертной группы для оценки и согласования компетенций выступали руководители отделов компании. Для удобства ориентации каждая компетенция была описана индикаторами разной степени проявления компетенции в поведении сотрудников. В некоторых особенно лидерских компетенциях, к описанию индикаторов добавилось еще и описание критических инцидентов.

Пример описания индикаторов компетенции «Ответственное поведение»:

1 уровень: Понимает зону своей ответственности и других сотрудников в отделе – 1 балл.

2 уровень: Принимает ответственность за принимаемые решения, с учетом возможных рисков – 2 балла.

3 уровень: Берет на себя ответственность за результаты, которые находятся вне зоны его ответственности. – 3 балла.

Критический инцидент: Сотрудник получил от авиакомпании информацию о замене борта самолета. Борт оказался с меньшим количеством мест, соответственно часть туристов было необходимо пересадить на другой борт. Помимо внесения этой информации в систему, он сделал рассылку по другим коллегам, чтобы они заранее предупредили об этом менеджеров по туризму – 4 балла.

В процессе оценки корректировались, как формулировки компетенций, так и индикаторы степени их проявления. Это необходимо, так как в будущем планируется проведение квалификационных оценочных мероприятий для сотрудников. Результаты оценочных мероприятий, а именно - разная степень проявления данных компетенций у сотрудников, будет учитываться в мотивационной и программе развития каждого сотрудника. Руководители также выделили какому уровню должностей в отделе должны соответствовать степени проявления того или иного индикатора. Были выявлены мета-компетенции, которые отличались от других тем, что данные компетенции в максимальной своей проявленности должны присутствовать у всех сотрудников. К таким компетенциям относятся – этичность, квалификация, качество, фокус на клиента, командная работа.

**Модульная система обучения.** На основании данной модели компетенций была разработана и модульная система развития персонала в зависимости от позиции, планов по карьерному развитию, целевых программ развития команд компании, программ по индивидуальному развитию. Преимущества модульной системы заключаются в следующем:

- каждой теме уделяется максимум внимания;
- индивидуализация обучения, учет потребностей обучающегося;
- гибкость обучения;
- удобство совмещения обучения с работой ;
- легкость оценки изученного материала.

Модульная система развития охватывает следующие категории сотрудников:

- стажеры;
- новые сотрудники;
- кандидаты в кадровый резерв;
- команды проектных групп;
- руководители отделов.

Помимо модели компетенций на программы развития влияют и объявленные цели компании на год. Такая модель предполагает возможность формирования курсов обучения в зависимости от должности и характера работы сотрудника. Любое обучение имеет бизнес-преломление.

Новая модель компетенций оказала влияние не только на подбор персонала, но и на систему работы со стажерами. Приоритет при отборе стажеров отдается студентам с необходимыми компетенциями, выраженными в разной степени. Развитие необходимых компетенций стажеров так же будет, и за счет игр, и мини-тренингов для студентов. Гибкая модульная система работы со стажерами позволяет подбирать курсы или мини курсы в соответствии с запросом. Присутствуют практические задания после изученного материала. Важно, чтобы практика для студента прошла максимально эффективно, и компании важно оценить знания и умения студента, а главное его обучаемость. В конце каждой практики собирается обратная связь у стажера и у наставника. Обратная связь анализируется и используется для совершенствования программы обучения.

В компании новая модель компетенций идет красной линией и активно продвигается во всех мероприятиях компании и во внутрифирменных коммуникациях. Идет активная разработка дистанционного курса, on-line квестов и мини-игр. Мероприятия проводятся так же в on-line режиме, для сотрудников, которые работают в регионах. В этих группах присутствуют и сотрудники центрального офиса. Данные мероприятия активно способствуют укреплению командного духа в компании.

**Заключение.** Подготовка новой ценностно-ориентированной модели компетенций, в соответствии с требованиями внешних условий работы компании, позволила:

- улучшить систему подбора персонала,
- изменить план по развитию персонала,
- адаптировать работу по формированию и обучению кадрового резерва,
- выстроить программы стажировок для студентов,

В целом изменения бизнес-процессов компании и повлекшее за этим изменение в структуре подготовки персонала, позволило вывести компанию на новый уровень операционной деятельности.

#### Список источников:

1. Аверкин М.Г., Фомин А.А. Диагностика эффективности управления бизнес-процессами на современных предприятиях. — 2016. — ОУП ВО «АТиСО», Москва.
2. Апеньков С.Н., Макаров Ж.А., Попова О.В. Формирование и оценка профессиональных компетенций специалистов по управленческому консультированию. — 2014. — Омск: Омский государственный университет.
3. Борисов А., Борисов К. Корпоративное (пре)образование. Как усилить бизнес через развитие людей. — 2025. — Москва: «Bookwings».
4. Киселева М. Оценка персонала. — 2015. — Санкт-Петербург.
5. Кокуева Ж.М., Ермолаева М.В. Компетенции участников проектной группы. — 2023. — Москва: «RUscience».
6. Лозовицкий И.Б., Лозовицкий А.И. Модель компетенций для решения задач кадрового менеджмента: от методологии до инструментария // Управление развитием персонала. — 2023. — Москва: ИД «Гребенников». — 02(74).
7. Чуланова О.Л. Методология исследования компетенций персонала организации. — 2022. — Москва: «НИЦ ИНФА-М».

УДК 339.1

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКО-ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ: СТАНОВЛЕНИЕ, ДОСТИЖЕНИЯ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ В НОВЫХ РЕАЛИЯХ

**Арифуллин М.В.**, доцент Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций, Государственный университет управления, канд. экон. наук, [marifullin@yandex.ru](mailto:marifullin@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы формирования и функционирования современного отечественного туристско-гостиничного образования. Названы причины определенного снижения интереса у абитуриентов к этим направлениям подготовки. Определены дальнейшие перспективы развития образования данного профиля. Автор статьи в течение длительного времени работал и продолжает трудиться в ВУЗах туристского профиля московского региона. Его авторская точка зрения на рассмотренную проблему, с учетом интересного личного накопленного опыта, нашла отражение и в более ранних работах [1, 2].

**Ключевые слова:** туристско-гостиничное образование, обслуживающий персонал гостиниц, органы управления туристской индустрии, самодеятельный туризм, организованные формы туризма, международный выездной туризм.

## DOMESTIC PERSONNEL TRAINING SYSTEM FOR THE TOURISM AND HOTEL INDUSTRY: FORMATION, ACHIEVEMENTS, FUNCTIONING IN NEW REALITIES

**Arifullin M.V.**, Associate Professor, Department of Management in International Business and Tourism Industry, Institute of Personnel Management, Social and Business Communications, State University of Management, Candidate of Economic Sciences

**Abstract.** The article discusses the formation and functionality of modern domestic tourism and hotel education. The reasons for a certain decrease in interest among applicants in these areas of training are named. Further development prospects of education of this profile are defined. The author of the article has worked for a long time and continues to work in universities of the tourist profile of the Moscow region. His author's point of view on the considered problem, taking into account the interesting personal accumulated experience, was reflected in earlier works [1, 2].

**Keywords:** tourist and hotel education, hotel staff, tourist industry management bodies, amateur tourism, organized forms of tourism, international outbound tourism.

**Введение.** В Российской Федерации на рубеже 21 века создание и развитие системы отраслевого туристского гостиничного образования стало крупным социально культурным феноменом. Развитие туризма (и гостиничного хозяйства, как его важнейшей составной части) формирует потребность в подготовке грамотных специалистов. Данная потребность удовлетворяется силами профильных высших и средних специальных учебных заведений, а также учреждениями системы ДПО.

**Цель исследования.** Во времена СССР сфера туризма как самостоятельный вид хозяйственной деятельности не рассматривался. Туризм в его организованных формах (в этом случае не имеем в виду самодеятельный туризм и экстремальный туризм — как вид спорта) в тот период выступал как эффективный вид культурно-массовой работы, патриотической, воспитательной деятельности, пропагандировал массовый спорт, здоровый образ жизни, выполнял важную социальную функцию, связанную с восстановлением и поддержанием здоровья, отдыхом

трудящихся. В этот период активно развивалась инфраструктура туризма: строились и функционировали санатории, пансионаты, дома отдыха, туристские базы. В городах открывались новые коллективные средства размещения — гостиницы разного уровня комфорта и разной ведомственной принадлежности с большим номерным фондом. Очень активно развивалась экскурсионная работа. Как самостоятельная часть туристско-рекреационной деятельности сформировалась и функционировала санаторно-курортная сфера.

Квалифицированные кадры для обслуживания отечественных и зарубежных туристов готовили преимущественно специализированные курсы. Курсы создавались в Москве и Ленинграде, функционировала их обширная региональная сеть во всех союзных республиках.

Можно вспомнить, что с момента основания «Интуриста» в 1929 г. самый первый устав, принятый при создании этой туристской организации, предоставлял ему право «подготавливать необходимый персонал для обслуживания интуристов» (дословная цитата), а более поздний устав 1933 г. уже обязывал готовить собственные кадры «в ВУЗах, техникумах и фабзавучах» и предусматривал создание соответствующих профильных учебных заведений и курсов.

На практике в основу туристской кадровой политики в СССР была положена курсовая система, на базе некоторых таких специализированных учебных заведений позднее (уже после развала СССР) были созданы некоторые из существующих ныне ВУЗов туристско-гостиничного профиля. Разные авторы (Ю.С. Путрик [5, с. 51-67], Ю.В. Копылов [3, 4] и др.) по-разному оценивают эффективность подготовки кадров в данный период. При этом, можно констатировать, что к концу 1970-х годов окончательно сложилась система подготовки кадров «Интуриста», БММТ «Спутник» и ЦК ВЦСПС. Но вся эта структура в то время не имела своего специализированного профильного высшего учебного заведения.

Поэтому в 1970 году Главинтуристом СССР был поднят вопрос перед руководством страны о необходимости создания специализированного отраслевого учебного заведения - Института туризма [3]. Решение о создании Международного института туризма в 1980 году было принято на заседании Совета по туризму при Главинтуристе 27.02.1974, но сложный организационный процесс затянулся на многие годы. В начале дело ограничилось преобразованием в 1975 году Высших курсов «Интуриста» в Институт повышения квалификации руководящих работников и специалистов Главинтуриста (ИПК). И только через 15 лет в 1990 году на базе этого ИПК была образована Высшая школа туризма и гостиничного сервиса.

Конечно, в Советском Союзе туризм рассматривался больше, как часть культуры, идеологии, а не отрасль экономики. Но это не значит, что «советский» опыт, накопленный в сфере туристского образования, был не интересен и бесполезен. Особенно в связи с тем, что попытки простого, необдуманного копирования зарубежных подходов к туристскому образованию на фоне умышленного забвения накопленного отечественного опыта, пренебрежения ценностями предыдущих поколений и историческими традициями страны оказались, как показало время, бесперспективными [3, 4].

Завершился процесс формирования системы подготовки кадров для сферы туризма уже после распада СССР, когда в январе 1992 года Высшая школа туризма и гостиничного сервиса была передана Правительству Москвы, которое в 2000 году на ее базе создало Академию туристского и гостинично-ресторанного бизнеса (МАТГРБ) [3].

Бум туристско-гостиничного образования в современной России пришелся на 2010—2020 годы. Этот бум был связан со стабильно растущим туристским спросом, интересом абитуриентов к освоению специальностей (направлений подготовки), связанных с туризмом, гостиничным делом, работой в сфере общественного питания. Достаточно интенсивные международные туристские обмены, большой турпоток в сфере международного выездного туризма, как следствие, стабильные прибытия иностранных туристов в Москву, Санкт-Петербург и другие туристские центры страны способствовали увеличению потребности в специалистах разного профиля для работы в отрасли [6]. Параллельно с отраслевым высшим образованием активно развивалась система туристского СПО, изначально, как соответствующие отделения в структуре профильных ВУЗов. Сейчас это, в большей степени, самостоятельные колледжи (напр. подведомственные Департаменту образования



города Москвы, с большим количеством «бюджетных» мест для поступления, либо «коммерческие» с платным набором).

Не желая делать рекламу конкретным учебным заведениям, не будем заниматься перечислением самых известных ВУЗов и специализированных кафедр, в стране их порядка 20—30 наиболее успешных. Многие непрофильные ВУЗы на местах также открыли туристско-гостиничные кафедры и активно осуществляют подготовку студентов. Нельзя сказать, что подготовка в непрофильных ВУЗах очень сильно отличается в худшую сторону. Имеются несколько удачных примеров того, как, в весьма далеких от туризма технических университетах, эффективно функционируют сильные туристские кафедры.

Нельзя сказать, что в настоящее время в гостиничных предприятиях Москвы и Санкт-Петербурга наблюдается «кадровый голод», но стабильная потребность в здоровых, молодых, мотивированных и амбициозных сотрудниках на должностях линейного обслуживающего персонала в отелях до сих пор имеется.

Значительная потеря интереса к работе в данной сфере связана с не очень высокими зарплатами в отрасли у линейных работников и руководителей среднего уровня, с тем, что работа в гостиничной сфере, в общественном питании имеет возрастные особенности (особенно для персонала, работающего на «первой линии», непосредственно занятого обслуживания гостей), не очень высокие возможности для дальнейшего карьерного роста, не для всех удобный сменный график работы. Многие позиции линейного обслуживающего персонала на деле не требуют наличия профильного высшего образования. На данных должностях эффективно могут работать и выпускники специализированных колледжей, а также работники с непрофильным образованием, не относящимся к туризму, но хорошо владеющие иностранным языком.

Бум популярности направлений подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело» пришелся на 2010—2016 года. На сегодня государственные приоритеты в области подготовки кадров сменились в пользу инженерных специальностей, объемы набора и выпуска по экономическим и социально-гуманитарным направлениям подготовки считают избыточными. Не во всех ВУЗах рассматриваемого профиля имеется набор на бюджетные места, количество академических групп и контингент лиц, обучающихся в них, сокращается. В крупных столичных туристско-гостиничных ВУЗах была закрыта филиальная сеть. Вероятно, это положение дел в профильных туристских гостиничных ВУЗах примерно соответствует потребностям отрасли в кадрах на сегодняшний день. В Москве и других крупных городах потребность в кадрах стоит не очень остро, при этом, снижение популярности туристско-гостиничного образования не говорит о его низком качестве, или неправильной организации.

В рамках проводимой административной реформы органов власти, за последние 20 лет неоднократно менялась структура органов управления отечественной туристской индустрии. Оптимизация структуры была связана с решением конкретных краткосрочных задач, связанных с подготовкой и проведением крупных международных мероприятий (XXII Зимние Олимпийские игры 2014 года в г. Сочи, XXI чемпионат мира по футболу ФИФА 2018 года, проходивший одновременно в 11 городах нашей страны), изменением приоритетов в государственной политике в туристской сфере, с изменением экономической и политической ситуации в стране и в мире.

В интересах туристско-гостиничной отрасли в учебных заведениях проводится экспертная работа. Для более эффективной координации работы отраслевых ВУЗов в стране было создано несколько профессиональных объединений: Ассоциация ВУЗов туризма и сервиса (при РГУТиС), в Санкт-Петербурге Национальная (общественная) академия туризма НАТ (при БАТиП), Международная (общественная) туристская академия (при МосГУ), Научно-образовательный консорциум «Устойчивый туризм», другие общественные объединения. Численный состав участников и формы работы в этих объединениях разные, преимущественно, научная, издательская и просветительская деятельность, подготовка экспертных заключений по направлению профессиональной деятельности. Можно отметить, что в последние несколько лет деловая активность этих организаций несколько снизилась. Пик активности пришелся на 2010-2015 гг.

За последние несколько лет сложилась система организации дополнительного профессионального образования (ДПО), позволяющая заинтересованным представителям отрасли

получить недостающие знания, повысить свою квалификацию. Удачным, на наш взгляд, примером организации отраслевого ДПО, до недавнего времени, являлся Федеральный ресурсный центр подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства, созданный в структуре РГУТиС. Основным контингентом слушателей, прошедших обучение по этим программам, на наш взгляд, являлись сотрудники турагентств и туроператорских компаний, преподаватели туристских ВУЗов, должностные лица, замещающие должности государственной и муниципальной службы в органах власти соответствующего профиля работы. Работники гостиниц вовлечены в программы ДПО в несколько меньшей степени. Даже для преподавателей высших учебных заведений требования о прохождении соответствующих программ не во всех ВУЗах соблюдаются очень жестко. Желая сделать программы более дешевыми, менее сложными и затратными с точки зрения организации и проведения, подобные программы сегодня реализуют непродолжительными, на небольшое количество часов, меньшее, чем это было традиционно ранее (традиционно было 72 часа). Обычно подобные программы стали проводить дистанционно с использованием информационных технологий. Эффективность дистанционного обучения, на наш взгляд, у подобных программ вполне приемлемая.

Не очень высокая вовлеченность в программы ДПО персонала гостиниц объясняется тем, что подготовкой и повышением квалификации кадров каждый высококлассный отель традиционно занимается самостоятельно, имеет в своем штате либо преподавателя, либо небольшой самостоятельный отдел обучения. Основными требованиями, которые руководство гостиниц предъявляет к персоналу всех уровней, нанимаемому на работу, являются: хорошее знание иностранного языка и наличие высшего образования. Никакие свидетельства о прохождении ДПО, в отличие от ВУЗов, в гостиницах при трудоустройстве не спрашивают.

Важной составляющей кадровой политики современных высококлассных гостиниц, как уже сказано выше, является собственная система обучения и повышения квалификации, которая позволяет постоянно поддерживать требуемый уровень профессионализма. На регулярной основе проводятся тренинги, посвященные как «жестким» навыкам (например, работе с системами бронирования и кассовыми операциями), так и «мягким» компетенциям (умению общаться с гостями, решать конфликтные ситуации). Подобная форма развития персонала основана на принципах непрерывного образования, что обеспечивает своевременное освоение сотрудниками новых методик и актуальных регламентов, может эффективно проводиться и не прибегая к помощи учреждений ДПО.

В последние несколько лет в туристско-гостиничном образовании в Москве и Санкт-Петербурге произошла смена поколений: сменились ректора, руководители структурных подразделений в нескольких известных профильных ВУЗах. Причины подобных кадровых перестановок разные: возрастные; личного свойства; серьезное изменение профиля учебного заведения; появление новых кандидатов на должность с хорошими деловыми качествами, с более серьезным административным ресурсом и поддержкой руководства из отрасли.

**Результаты.** В рассматриваемый 30-летний период в отраслевых ВУЗах сформировалась научная и педагогическая школа. В рамках обучения по программам специалитета непродолжительное время осуществлялась подготовка по специальности СКСиТ («Социально-культурный сервис и туризм»). После перехода на двухуровневую систему подготовки по Болонской системе (бакалавриат/магистратура), проводится набор и обучение по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело» и родственных им. Осуществляемый набор и выпуск по данным направлениям подготовки в целом покрывает потребность отрасли в кадрах. Количество бюджетных мест в разных государственных туристско-гостиничных ВУЗах меняется в связи с изменением потребности в кадрах. Некогда достаточно популярная очно-заочная (вечерняя) форма обучения с большим числом полноценных аудиторных часов в настоящее время практически нигде не набирается. Обучение в ВУЗах туризма и сервиса преимущественно проводится по очной форме, либо востребованной заочной форме в разных вариантах (как правило, это «группы выходного дня», часто обучение проводится дистанционно с использованием информационных технологий). Набор на заочное обучение, преимущественно, ведется из числа выпускников профильных колледжей, окончивших обучение по сходным программам СПО.

Подводя итоги сказанному, за последние 30 лет в стране сформировалась неплохая, на наш взгляд, система подготовки кадров в отраслевых учебных заведениях. Наверное, как и любая сложная система, она далеко не идеальна, в ней имеются, как сильные стороны, так и проблемные моменты. Богатый и ценный опыт, накопленный за это время, позволяет обеспечивать подготовку квалифицированных кадров. Выстроенная система оказалось достаточно гибкой, на сегодня можно оценить перспективы этой системы подготовки кадров, как достаточно хорошие.

#### Список источников:

1. Арифуллин М.В. Подготовка персонала для сетевых отелей, работающих на российском гостиничном рынке // Современные сервисные технологии. Научные исследования аспирантов и молодых ученых: Материалы Всероссийской научно-технической конференции (27-28.11.2007). — 2007. — Самара: Изд-во СамБук. — С. 118-121.
2. Арифуллин М.В. Достоинства и недостатки образовательных программ российских и зарубежных гостиничных ВУЗов // XI-Международная научно-практическая конференция «Туризм и сервис: подготовка кадров, проблемы и перспективы»: сборник научных трудов. — 2009. — Москва: Изд-во ФГОУ ВПО «РГУТИС». — С. 6-10.
3. Копылов Ю.В. Подготовка гидов-переводчиков в системе «Интуриста» в 1960-е годы // Сервис в России и за рубежом. — 2011. — №2(21).
4. Копылов Ю.В. Туристская революция второй половины XX в.: проблемы кадрового обеспечения // Наука и школа. — 2010. — № 3. — С. 26-29.
5. Путник Ю.С. Исторические аспекты развития государственного регулирования туризма в Российской Федерации в период 1992—2002 гг. Монография. — 2002. — Москва: Национальный институт бизнеса.
6. Федюлин А.А. Туристское образование: новые горизонты развития// Современные проблемы сервисы туризма. — 2008. — №1. — С. 72-76.

## НАПРАВЛЕНИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА ВУЗА И ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

**Высоканова Ю.А.**, генеральный директор туроператора по внутреннему рынку «Мультитур», *sale-1@multitour.ru*

**Аннотация.** В статье проведен анализ кадрового кризиса в российской туристической индустрии, основанный на данных Atelica Hotel Group и туроператора по внутреннему рынку «Мультитур». Рассмотрены примеры из зарубежной практики и российские реалии, в том числе ключевые причины дисбаланса между ожиданиями студентов и профессиональными реалиями, включая иллюзии о легкости работы, низкой зарплате и отсутствии карьерных перспектив. Предложены механизмы интеграции науки и бизнеса через раннее вовлечение студентов в проекты, модернизацию учебных программ и государственную поддержку. Особое внимание уделено практическим решениям, реализованным в рамках партнерства с РЭУ им. Г.В. Плеханова, РУДН и РАНХиГС.

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, кадровый дефицит, дуальное образование, практико-ориентированное обучение.

## COLLABORATION BETWEEN UNIVERSITIES AND TOURISM COMPANIES: EXPERIENCE OF ATELICA HOTEL GROUP AND DOMESTIC TOUR OPERATOR «MULTITOUR» IN ADDRESSING STAFFING CHALLENGES

**Vysokanova Yu.A.**, General Director of the domestic tourism operator «Multitour»

**Abstract.** The article analyzes the staffing crisis in the Russian tourism industry, based on data from Atelica Hotel Group and the domestic tour operator «Multitour». Examples from international practices and Russian realities are examined, including key reasons for the imbalance between student expectations and professional realities, such as misconceptions about job simplicity, low salaries, and lack of career prospects. Mechanisms for integrating science and business are proposed through early student involvement in projects, modernization of educational programs, and government support. Special attention is paid to practical solutions implemented in partnership with Plekhanov Russian University of Economics, RUDN University, and RANEPA.

**Keywords:** tourism industry, staffing shortage, dual education, practice-oriented training.

### Введение

Туристическая отрасль России не первый год переживает системный кадровый кризис, обусловленный как внешними экономическими факторами, так и внутренними дисфункциями образовательной системы.

По данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), в 2024 году туристической отрасли не хватает уже 20% кадров, причем в дефиците как квалифицированные менеджеры, так и линейный персонал [6]. Это согласуется с информацией в СМИ, озвученной президентом Российского Союза туристической индустрии (РСТ) Ильей Уманским: по его оценкам, в 2024 году крупные гостиничные комплексы на черноморских курортах были недоукомплектованы персоналом на 20% [10].

Схожие цифры приводят и в смежной Ассоциации операторов индустрии развлечений и событийного туризма (АИРИС). По ее данным, игровым зонам не хватает сейчас 26% персонала, причем в первую очередь в дефиците сотрудники из сферы гостеприимства и общественного питания: официанты, бармены, администраторы, поваров и др., и только потом – профессионалы из игровой индустрии. Сейчас игровым зонам России в общей сложности недостает более полутора тысяч работников – несмотря на зарплаты, на 30-40% превышающие среднерегиональный уровень [3].



Проблему кадрового дефицита туристические компании и предприятия индустрии гостеприимства в настоящее время пытаются частично решать самостоятельно, создавая свои полноценные школы и академии, в том числе с онлайн-обучением (из наиболее ярких примеров – онлайн-школа «Секвойя» туроператора «Русский Экспресс», «Академия Мантера», Coral Business School).

Однако это, по признанию самих компаний, является во многом паллиативной мерой, так как требует серьезных инвестиций, и в большей степени работает на повышение квалификации и удержание в туризме уже работающих сотрудников, чем на привлечение новичков.

Второй, кажущийся наиболее очевидным в нынешних условиях путь – сотрудничество туристических компаний с профильными учебными заведениями, специализирующимися на подготовке специалистов по профессиям, востребованным в индустрии туризма и гостеприимства.

По данным Минэкономразвития, в России подготовкой кадров для туристической отрасли занимаются 243 высших учебных заведения. Часть из них специализируется исключительно на туризме, остальные включают соответствующие программы в перечень образовательных направлений. Ежегодно все эти учреждения выпускают порядка 10 тыс. специалистов, а в настоящее время в них обучается более 48 тыс. студентов. Однако лишь малая часть из них идет работать в отрасль.

### **Анализ проблем: иллюзии студентов и их последствия**

Туроператор по внутреннему рынку «Мультитур» и Atelica Hotel Group на постоянной основе сотрудничают с российскими профильными вузами и инвестируют в программы адаптации выпускников профильных учебных заведений.

В настоящее время сотрудничество с российскими вузами (Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Российский университет дружбы народов (РУДН), Колледж многоуровневого профессионального образования РАНХиГС (КМПО РАНХиГС) включает прохождение практики в офисе холдинга и в отелях, участие в конференциях и круглых столах учебных заведений, личное участие руководителей в защите бакалавров и магистрантов, проведение мастер-классов для студентов, участие в ярмарках вакансий.

Однако эта же практика показывает, что большинство выпускников профильных вузов покидают компании уже в первые полгода работы. Основная проблема, неоднократно отмечаемая экспертами, кроется в глубоком разрыве между академической подготовкой и реальными требованиями рынка [2].

Проведенное Atelica Hotel Group и туроператором по внутреннему рынку «Мультитур» исследование мнений студентов профильных вузов (2023) [4], выявило устойчивые стереотипы, препятствующие эффективной интеграции молодежи в профессию:

1. *Миф о «легкой работе».* Подавляющее большинство студентов считают, что деятельность в туризме не требует специальных навыков, но зато дает возможность путешествовать сотруднику «почти бесплатно и на постоянной основе» вместо, собственно, самой работы или это и является самой сутью работы. Для очень многих студентов, которые пришли стажироваться или работать в туристическую компанию, неожиданностью является необходимость крайне активной и напряженной деятельности в офисе. Часто студенты удивляются необходимости тесной и повседневной коммуникации как с клиентами и партнерами, так и с внутренними службами компании. Кроме этого бытует заблуждение о том, что все должно работать автоматически («с одной кнопки»), с минимумом «ручной работы», которой в наше время быть в компаниях не должно.

2. *Ожидание «высоких зарплат без опыта».* Благодаря этому стереотипу большинство студентов хотели бы рассчитывать на стартовый доход в туризме от 120-150 тыс. рублей в месяц на руки. После осознания, что такой доход придет не сразу, и должен быть обеспечен каждодневной упорной работой и опытом, а опыт этот разнится между тем, чему учили и что в реальности требует работодатель – у новых сотрудников пропадает мотивация. Это провоцирует массовый отток кадров в другие отрасли после первого года работы или раньше, а «сарафанное радио» приводит к убеждению сокурсников в том, что «туризм – та отрасль, где денег мало».

3. *Изначальный настрой на «неудачу в отрасли».* Другая часть опрошенных часто высказывала оценки, сводящиеся к тому, что после вуза не стоит идти работать в туротрасль, т.к. там «не нужны люди без опыта», а строить карьеру долго и тяжело. Устойчиво и предубеждение «я не смогу продвинуться, так как все места руководителей заняты». Подавляющее большинство таких респондентов не считают работу в туризме престижной. Это приводит к формальному отношению и к учебе, и к неэффективной адаптации в компаниях впоследствии.

4. *Страх неэффективной адаптации.* Бытует среди студентов так же часто, как и другие стереотипы. Студенты часто говорят о том, что чувствовали себя в других компаниях ненужными, ими не занимались, не обучали, их пугали «тонкости» в работе, а инструменты решения тех или иных задач им не давали.

5. *Неготовность к сезонным нагрузкам.* Более 90% студентов не планируют трудоустраиваться в туристические компании на летний период во время учебы, считая такое трудоустройство не набором опыта, а помехой отдыху в это время. Молодые специалисты, пришедшие из вузов в туристические компании на работу уже на постоянной основе, также хотят обязательный отпуск летом. Это противоречит требованиям работодателей, где пиковая нагрузка приходится именно на высокий сезон (май – сентябрь), а отпуска, как правило, даются в межсезонье (октябрь-апрель).

6. *Ориентация на документ об образовании, а не опыт и знания.* К сожалению, более половины респондентов признают, что выбрали специальность из-за легкости поступления, а не из профессионального интереса. Это отражается на качестве подготовки: многие изначально уверены в «низких зарплатах» в туризме, сложности и большой длительности построения карьеры и не собираются после окончания вуза работать в туристической индустрии.

#### **Синергия науки и бизнеса: инструменты решения и зарубежный опыт**

Для преодоления кризиса необходим симбиоз теоретической базы вузов и практического опыта компаний. Синергетический эффект складывается из двух компонентов: учеба в вузе формирует у студентов критическое мышление и базовые компетенции, а вклад бизнеса состоит в том, что компании предоставляют студентам доступ к реальным кейсам и инфраструктуре, возможности стажировки и трудоустройства.

Полезным будет учет международного опыта. Например, современные образовательные программы за рубежом ориентированы на интеграцию бизнес-практик, что позволяет обеспечить отрасль специалистами, готовыми к решению реальных задач. Ключевым элементом такой подготовки выступает сотрудничество между учебными заведениями и бизнесом.

Можно выделить следующие основные формы взаимодействия бизнеса и образования в зарубежных странах:

##### *1. Стажировки и практики*

В Швейцарии (SHMS, School of Hotel Management) студенты проходят полугодовые оплачиваемые стажировки в престижных отелях, ресторанах и турагентствах [1].

В США практически все кулинарные колледжи требуют от студентов прохождения обязательной летней практики в гостиницах или ресторанах для закрепления навыков [6].

##### *2. Участие экспертов бизнеса в образовательном процессе*

Школа гостиничного менеджмента «Корнелл-Найанг» (США-Сингапур) совмещает академическую подготовку с менеджерскими курсами, контент которых разработан непосредственно экспертами компаний туристической индустрии [6].

Крупные международные сети отелей (Hyatt, Hilton, Marriott) сотрудничают с ведущими школами гостеприимства (например, Les Roches в Швейцарии) в целях ежегодного отбора выпускников. При этом специалисты этих сетей проводят в профильных образовательных учреждениях свои мастер-классы.

В Германии Fachhochschule Heilbronn привлекает менеджеров отелей в качестве преподавателей для курсов по управлению персоналом и бизнес-процессами [1].

##### *3. Практико-ориентированное обучение*

В Швейцарии 50% учебного времени у студентов «туристических» специальностей посвящено практике [7]. Студенты работают в реальных условиях: на кухнях, в ресторанах, службе размещения.

Турецкие университеты (например, Университет Анталии) сотрудничают с Федерацией отельеров Турции в целях практической подготовки гидов, владеющих китайским языком. Студенты проходят практику в отелях Rixos, где учатся адаптировать полученные навыки под азиатский рынок. Студенты факультета туризма Университета Акдениз (Анталья) участвуют в организации мероприятий в парке Land of Legends. Программа включает модули по управлению потоками посетителей и анализу клиентского опыта через мобильные приложения.

Университеты провинции Юньнань (КНР) при подготовке гидов для экотуристических маршрутов делают упор на реальную практику в заповедниках. Пекинский Beijing Hospitality Institute (BHI), который готовит кадры для гостиничного и туристического бизнеса, сотрудничает с международными отельными сетями, такими как The Ritz-Carlton, Rosewood и Raffles. Студенты проходят стажировки в партнерских отелях, изучая стандарты обслуживания и управление мероприятиями.

#### *4. Гибкость программ:*

Многоступенчатость обучения во многих зарубежных школах и академиях туризма и гостеприимства позволяет студентам получать сертификаты после каждого этапа и сразу трудоустраиваться.

Так, гостиничная школа Лозанны (EHL) сотрудничает с Taj Group, предлагая стажировки и трудоустройство выпускников. Сингапурская школа туризма MDIS сотрудничает с австралийскими и британскими университетами, адаптируя программы под запросы работодателей.

А в Японии программы для студентов-исследователей («кенкюсей») позволяют сразу совмещать учебу с реальной работой в туристических компаниях.

### **Практические рекомендации для России**

Синергетический эффект от дуального (бизнес+наука) образования складывается из двух компонентов: в вузе студенты получают теорию, базовые знания, навыки поиска информации и критического мышления, вклад бизнеса состоит в предоставлении студентам доступа к реальным практическим кейсам, опыту практикующих специалистов и возможностях тренинга и развития своих навыков. Для эффективной реализации дуальных стратегий обучения необходимы:

*Модернизация учебных программ.* Вузам необходимо развивать и углублять партнерства с сетями отелей и туроператорами. Привлечение на регулярной основе менеджеров и руководителей компаний к разработке и коррекции курсов учебных дисциплин туристических вузов и колледжей. Мотивация топ-менеджеров туристических компаний в такого рода дополнительной работе в вузах, которых часто тяжело привлечь к таким мероприятиям, может состоять, согласно проведенных опросов, в желании защитить кандидатскую или докторскую при вузе, быть публичным, потребности делиться опытом, найти перспективы трудоустройства после окончания активного периода работы (карьеры).

*Раннее погружение в профессию.* Внедрение обязательных (в том числе летних) стажировок с первого курса по модели «работник-студент». Увеличение доли практических занятий с экспертами туристических компаний и стажировок в учебных планах. По опыту «Мультитур», стажировки, а особенно ранние, помогают студентам познакомиться заранее с руководителями и владельцами компаний, зарекомендовать себя, а этим руководителям присмотреться к студентам, выбрать и готовить им заранее рабочие места. Таким студентам компании заинтересованы отдавать приоритет перед другими соискателями, которые просто ищут работу на онлайн-площадках. Последние являются «темными лошадками» для работодателя, а студенты, проходившие практику в компании – уже знакомы менеджерам, а их способности и таланты на ладони. Большой плюс также состоит в знакомстве с будущими коллегами и раннее погружение в коллектив, корпоративные мероприятия, традиции той или иной компании.

*Внедрение гибких многоуровневых программ,* позволяющих студентам получать опыт параллельно с обучением.

*Целевой набор.* Большое значение имеет государственная поддержка практики целевого набора студентов, когда предприятия туриндустрии оплачивают обучение студента и предоставляют возможность работать как во время обучения, так и после окончания вуза. Для таких студентов должна быть сохранена возможность устроиться по специальности на конкретную должность, которая указана в договоре целевого набора [8]. Возможен также возврат «к прошлому», когда обучение оплачивает государство, но после окончания вуза студенты по распределению или выбору должны отработать определенное время «по профессии». Это позволит будущим студентам и их родителям подходить более фундаментально к выбору профиля обучения, а не принимать решение учиться на факультетах, связанных с туризмом и гостиничным бизнесом по остаточному принципу.

*Господдержка «ранней мотивации».* Для набора студентов в профильные вузы эксперты рекомендуют проводить также профориентационные мероприятия со школьниками старших классов, особенно в профильных классах [9]. Кроме того, из данных опроса студентов, проведенного «Мультитур» [4], вытекает и необходимость господдержки в форме регулярной организации мероприятий по повышению престижа профессии в студенческой среде.

### **Заключение**

Текущий кадровый кризис в российском туризме требует комплексного подхода, сочетающего модернизированную с учетом реалий бизнеса академическую подготовку, практическое обучение и государственное регулирование.

Интеграция бизнес-практик в образование не только повышает качество подготовки, но и формирует кадровый резерв, способный обеспечить конкурентоспособность туристической отрасли на глобальном рынке. Опыт Atelika Hotel Group и туроператора по внутреннему рынку «Мультитур» доказывает, что раннее вовлечение студентов в реальные проекты сокращает адаптационный период, как минимум на 40% и повышает лояльность сотрудников.

### **Список источников:**

1. Бабанчикова О.А. Особенности современной зарубежной системы подготовки кадров для туриндустрии // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. — 2013.
2. Власова Т.И. Подготовка кадров для сферы туризма: новые вызовы // «Экономические стратегии». — 2008. — №05-06-2008. — С. 186-189.
3. В АТОР заявили о нехватке в туротрасли более 20% кадров // интернет-портал atorus.ru, [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/56718> (дата обращения: 20.03.2025).
4. Данные опроса студентов профильных вузов, 2023 // Архив холдинга «Мультитур».
5. Дефицит сотрудников в игорных кластерах России составляет 26% // интернет-портал atorus.ru. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/56718> (дата обращения: 20.03.2025).
6. Ермилова Д.В. Обзор современного высшего образования в сфере туризма за рубежом // Вестник РМАТ. — 2014. — № 4. — С. 78-88.
7. Ковалева Н.И., Никольская Е.Ю. Международный опыт подготовки кадров для индустрии гостеприимства // Профессиональное образование в сфере туризма как условие повышения качества туристских услуг: темат. сборник материалов междунар. науч.-практ. конф. М., 2012. — С. 273-279.
8. Лаврова Т.А., Сирота Н.П. Современные направления подготовки кадров в сфере туризма // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2023.
9. Профориентация как основа подготовки кадров в туризме. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=СХРТА6bm1dM> (дата обращения 01.11.2025).
10. Сфере гостеприимства не хватает работников [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.ng.ru/economics/2024-08-27/1\\_9080\\_tourism.html](https://www.ng.ru/economics/2024-08-27/1_9080_tourism.html) (дата обращения: 20.03.2025).



## ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И СФЕРЫ ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

**Гареев Р.Р.**, доцент кафедры гостиничного и туристического менеджмента, Российский Экономический Университет имени Г.В. Плеханова, канд. экон. наук, [Gareev.RR@rea.ru](mailto:Gareev.RR@rea.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена проблемам организации производственных практик студентов в сфере гостиничного бизнеса и туризма в Российской Федерации. Автор анализирует текущую ситуацию, выделяя такие ключевые проблемы, как региональная диспропорция в доступности практик, несоответствие учебных программ требованиям работодателей, низкий уровень мотивации студентов и предприятий, а также сезонный характер занятости. В статье предложены меры для улучшения ситуации, включая развитие дуального образования, создание прозрачной системы карьерного роста, улучшение условий труда и разработку сетевых программ с бизнес-партнерами. Особое внимание уделено успешным примерам сотрудничества между вузами и предприятиями, таким как программы стажировок крупных гостиничных сетей и образовательные инициативы туроператоров. Автор подчеркивает необходимость комплексного подхода для повышения трудоустройства выпускников и сокращения кадрового дефицита в отрасли.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, дуальное образование, кадровый дефицит, карьерный рост, наставничество, производственные практики, трудоустройство выпускников, туризм.

## ORGANIZING STUDENTS' INDUSTRIAL PRACTICES IN HOTEL BUSINESS AND TOURISM ENTERPRISES: PROBLEMS AND SOLUTIONS

**Gareev R.R.**, Associate Professor, Department of Hotel and Tourism Management, Plekhanov Russian University of Economics, Candidate of Economic Sciences

**Abstract.** The article is devoted to the problems of organizing industrial internships for students in the sphere of hotel business and tourism in the Russian Federation. The author analyzes the current situation, highlighting such key issues as regional disparities in the availability of internships, inconsistency of curricula with employers' requirements, low motivation of students and enterprises, as well as the seasonal nature of employment. The article proposes measures to improve the situation, including the development of dual education, the creation of a transparent system of career growth, improvement of working conditions and the development of network programs with business partners. Particular attention is paid to successful examples of cooperation between universities and enterprises, such as internship programs of large hotel chains and educational initiatives of tour operators. The author emphasizes the need for an integrated approach to improve the employability of graduates and reduce the personnel shortage in the industry.

**Keywords:** hotel business, dual education, personnel shortage, career growth, mentoring, industrial training, graduate employment, tourism.

В условиях активного развития индустрии гостеприимства и сферы туризма в Российской Федерации ключевым фактором успешной подготовки квалифицированных кадров становится эффективная организация производственных практик студентов. Современный рынок труда в сфере гостеприимства и туризма предъявляет высокие требования к выпускникам вузов, ожидая от них не только теоретических знаний, но и практических навыков, адаптивности и готовности к работе в динамичной среде [3]. В этой связи организация производственных практик приобретает особую значимость, выступая ключевым элементом подготовки конкурентоспособных специалистов. Взаимодействие между образовательными учреждениями и предприятиями данной сферы имеет большое значение, однако сталкивается с рядом системных проблем, требующих комплексного решения.

Анализ данных за последние пять лет показывает, что в России только 60% студентов, обучающихся по направлениям «Гостиничное дело» и «Туризм», проходят практику в профильных организациях. При этом наблюдается значительная региональная диспропорция. Так, в Москве и Санкт-Петербурге, где сосредоточены крупные гостиничные сети и туроператоры, доля студентов, получивших практику в ведущих предприятиях и компаниях, достигает 75-80%. В то же время в регионах, таких как, например, Поволжье, Юг России и Сибирь, этот показатель не превышает 40-50%.

Важно отметить, что в гостиничном секторе студенты чаще проходят практику в отелях категории 3-4 звезды (около 65%), тогда как пятизвездочные отели принимают лишь 15-20% практикантов, отдавая предпочтение уже подготовленным специалистам. В свою очередь, в сфере туризма основными площадками для практики становятся туроператоры (45%) и турагентства (35%), тогда как другие направления, такие как event-менеджмент и экскурсионная деятельность, охватывают не более 20% студентов-практикантов.

Анализ вакансий, предлагаемых студентам в период практики, выявляет четкую отраслевую специфику. Например, в гостиничном бизнесе наиболее востребованы позиции в службе приема и размещения, службе питания (ресторанный сервис, банкетная служба) и в отделе продаж. В туркомпаниях преобладают роли, связанные с сопровождением клиентов (менеджер по туризму), разработкой маршрутов (ассистент туроператора) и digital-направлениями (контент-менеджер, SMM-специалист) [2]. При этом наблюдается растущий спрос на гибридные должности, требующие сочетания сервисных и IT-навыков, таких как аналитик гостевого опыта или специалист по CRM-системам.

Как было уже сказано ранее, работодатели ожидают от практикантов не только теоретических знаний, но и конкретных навыков, таких как:

- Владение профессиональными программными продуктами (PMS, Amadeus, TourCMS).
- Умение работать с клиентами в условиях мультикультурной среды.
- Базовые знания в области digital-маркетинга (продвижение в соцсетях, SEO, контекстная реклама).
- Гибкость и готовность к работе в условиях высокой нагрузки, особенно в курортных регионах [1].

Активное привлечение студентов-практикантов к работе в сфере гостеприимства и туризма в России необходимо, так как рынок сталкивается с острым кадровым дефицитом, особенно в регионах с развитой туристической инфраструктурой. Так, наибольшая нехватка квалифицированного персонала наблюдается в Краснодарском крае (Сочи, Анапа, Геленджик), Крыму, Кабардино-Балкарской Республике, Алтайском крае и Калининградской области. Эти регионы, обладая значительным туристическим потенциалом, испытывают хроническую нехватку кадров в сезонный период, когда потребность в персонале возрастает на 60-80%.

При этом, статистика показывает, что только 25-30% студентов, прошедших практику в гостиничных предприятиях, остаются работать в отрасли после окончания вуза. В туроператорских компаниях этот показатель несколько выше - около 35-40%. Наибольший процент трудоустройства практикантов отмечается в Москве и Санкт-Петербурге (до 45%), тогда как в регионах он не превышает 20-25%. Такая ситуация обусловлена рядом факторов:

1. Несоответствие учебных программ реальным требованиям бизнеса. Многие вузы продолжают готовить студентов по устаревшим методикам, в то время как индустрия требует навыков работы с современными CRM-системами, цифровым маркетингом и мультиязычным обслуживанием.

2. Недостаточная мотивация предприятий. Гостиницы и туркомпании зачастую не видят прямой выгоды от приема практикантов, рассматривая их как временную рабочую силу без долгосрочных перспектив.

3. Несоответствие ожиданий студентов реальным условиям работы. Многие учащиеся, получая теоретические знания о менеджменте в туризме, сталкиваются с необходимостью выполнять рутинную работу на начальных позициях (администратор, горничная, экскурсовод), что снижает их мотивацию.

4. Существенным барьером является низкий уровень оплаты труда на начальных позициях - в среднем 25-30 тыс. рублей в регионах и 40-50 тыс. в Москве, что не соответствует ожиданиям молодых специалистов [6].

5. Сезонный характер работы многих туристических предприятий, что создает нестабильность занятости. Особенно это актуально для курортных регионов, где до 70% рабочих мест носят временный характер.

6. Многие студенты отмечают отсутствие четкой системы наставничества во время практики, когда их используют как дешевую рабочую силу без реального обучения профессиональным навыкам.

Для повышения мотивации студентов к прохождению практики и дальнейшему трудоустройству в отрасли необходимо реализовать комплекс мер.

Первое направление - это развитие системы дуального образования, когда теоретическое обучение сочетается с практической работой на предприятиях с гарантией последующего трудоустройства. Кроме того, с учетом гибкого расписания, студенты могут совмещать учебу и практику или работу. Опыт показывает, что в таких программах процент закрепления выпускников достигает 60-70%. Например, сетевые программы, реализуемые в партнерстве с крупными отельными операторами, предполагают модульное обучение, где до 40% учебного времени отводится на практику в филиалах компании. Это обеспечивает плавную адаптацию студентов к корпоративным стандартам и значительно повышает их шансы на последующее трудоустройство [4].

Второе важное направление - создание прозрачной системы карьерного роста. Студенты должны видеть реальные перспективы: от практиканта или стажера до руководителя подразделения за 3-5 лет. Крупные гостиничные сети уже внедряют такие программы, что повышает привлекательность работы в отрасли.

Третье направление - улучшение условий труда и социального пакета. Введение гибкого графика, корпоративного обучения, программ стажировок за рубежом, льготного проживания для сотрудников - все это может существенно повысить привлекательность работы в отрасли для молодых специалистов.

Четвертое направление - разработка сетевых программ с бизнес-партнерами. Развитие сетевых форм взаимодействия между вузами и предприятиями индустрии позволяет создавать устойчивые образовательные экосистемы. Успешными примерами являются совместные проекты с участием туроператоров, в рамках которых студенты не только проходят стажировки, но и участвуют в реальных бизнес-процессах - от разработки туристических продуктов до их продвижения на рынке [5]. Особого внимания заслуживает практика создания базовых кафедр на предприятиях, где преподавателями выступают действующие руководители и специалисты. Такие инициативы, реализуемые в Москве, Сочи и Казани, показывают, что более 70% участников программ получают предложения о работе еще до окончания обучения.

Особое внимание следует уделить и региональным особенностям. В курортных зонах необходимо развивать программы сезонной занятости с возможностью совмещения работы и отдыха. В крупных городах важнее делать акцент на карьерных перспективах и профессиональном росте. Создание региональных центров компетенций на базе крупных предприятий в определенной мере позволит решить неравномерное распределение будущих специалистов сферы туризма и индустрии гостеприимства.

В общем и целом, несмотря на очевидные преимущества, уровень заинтересованности предприятий в приеме студентов остается неравномерным. Крупные международные гостиничные сети активно инвестируют в программы стажировок, рассматривая их как кадровый резерв. Вместе с тем средние и малые предприятия зачастую ограничиваются формальным участием из-за высокой нагрузки на персонал и отсутствия краткосрочной экономической выгоды. Для изменения ситуации требуются стимулирующие меры, включая налоговые льготы для компаний, принимающих практикантов, а также развитие института наставничества с методической поддержкой со стороны вузов.

Отметим, что в России уже сформировались эффективные модели сотрудничества. Например, ряд ведущих гостиничных сетей (AZIMUT Hotels, Accor) внедрили программы стажировок с возможностью последующего трудоустройства в некоторые московские вузы, осуществляющие подготовку кадров для туристического и гостиничного бизнеса. В рамках такого партнерства были разработаны специализированные модули, адаптированные под корпоративные стандарты компаний. Студенты стали проходить практику на различных должностях - от службы размещения до отдела продаж, получая не только ценный опыт, но и возможность дальнейшего трудоустройства.

В сфере туризма успешно работают проекты, такие как «Школа туроператоров» и проект «Стажер 5 звезд» от туроператора Coral Travel, которые позволяют участникам пройти путь от ассистента до полноценного специалиста, и по итогам лучшие получают предложения о трудоустройстве. Аналогичные образовательные инициативы характерны и для туроператора Fun&Sun, где студенты получают не только практический опыт, но и сертификаты, повышающие их конкурентоспособность. Важным элементом таких программ является система наставничества, когда за каждым студентом закрепляется опытный сотрудник, помогающий адаптироваться и осваивать профессиональные навыки.

Цифровые технологии также становятся важной частью сотрудничества вузов и предприятий. Многие компании внедряют виртуальные стажировки и онлайн-тренажеры, позволяющие студентам отрабатывать навыки работы с профессиональными системами, такими как PMS или CRM. Например, отельный холдинг Cosmos Hotel Group разработал интерактивные кейсы, на которых студенты учатся принимать управленческие решения в смоделированных ситуациях. Это особенно актуально для регионов, где доступ к крупным предприятиям ограничен.

Важно отметить положительный опыт и в регионах страны. Некоторые региональные вузы (например, РГУТиС в Подмосковье и ЮФУ в Ростове-на-Дону) развивают кластерный подход, создавая совместные учебные центры на базе отелей и туристических компаний. Это позволяет студентам осваивать профессию в условиях, максимально приближенных к реальным.

Такие города, как Сочи, Калининград и Казань, активно привлекают студентов на временную работу в отелях и турфирмах, предлагая гибкие условия и возможность совмещать работу с учебой. Например, в Краснодарском крае ряд вузов заключили соглашения с местными гостиницами, позволяющие студентам проходить летнюю практику с последующим трудоустройством на сезон. Это не только решает проблему кадрового дефицита в пиковые месяцы, но и дает учащимся бесценный опыт работы в условиях высокой нагрузки.

Таким образом, организация производственных практик студентов в гостиничном бизнесе и туризме требует комплексного подхода, сочетающего адаптацию образовательных программ, активное вовлечение работодателей и использование современных технологий. Только в этом случае можно обеспечить подготовку специалистов, отвечающих динамичным запросам индустрии. Реализация этих мер позволит повысить процент трудоустройства выпускников в отрасли до 50-60% в течение 3-5 лет, что существенно сократит кадровый дефицит и повысит качество услуг в сфере гостеприимства и туризма. Ключевым фактором успеха является тесное взаимодействие между образовательными учреждениями и бизнесом, направленное на создание устойчивой системы подготовки кадров.

#### Список источников:

1. Астафьева О.А. Компетенции персонала как ресурс и инструмент обеспечения кооперации в сфере гостеприимства / О.А. Астафьева // Кооперация и предпринимательство: состояние, проблемы и перспективы: Сборник научных трудов V Международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся, Казань, 19 ноября 2021 года. — Чебоксары: ООО "Издательский дом "Среда", 2021. — С. 134 - 137.
2. Зайцева Н.А., Мальцева М.В., Сомова О.В. Формирование цифровых компетенций при подготовке кадров для сферы услуг // Инновации и инвестиции. — 2023. — №4. — С. 107-109.



3. Колосова Е.В. Профессиональное обучение персонала как важный элемент качества услуг индустрии туризма // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта: сб. ст. — Уфа: АЭТЕРНА. — 2018. — 141 с.
4. Никольская Е.Ю., Семенова Л.В., Смахтина М.Д., Шевченко Д.О. Современные технологии и методы обучения персонала в гостиничном бизнесе // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. — 2022. — Т. 8. — № 1. — С. 62-71.
5. Штыхно Д.А., Петров А.М. Взаимодействие вузов с индустриальными партнерами // Научные труды Вольного экономического общества России. — 2023. — № 5. — С. 85-97.
6. Kosheleva A.I., Gareev R.R., Valedinskaya E.N., Astafeva, O.A. Professional competency and cross-cultural potential: a study of frontline employees in Russian non-chain hotels before the 2018 FIFA world cup. *Astra Salvensis*. — 2018. Vol. 6. — Pp. 511-520.

## УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Козырева И.В.**, начальник отдела по работе с персоналом, ФГУП «Президент-Отель», карьерный консультант, бизнес-тренер, [ikozyreva.career@mail.ru](mailto:ikozyreva.career@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается управление карьерой молодых специалистов как стратегически важный инструмент подготовки профессиональных кадров для индустрии гостеприимства. Обосновывается влияние развития навыков управления карьерой как на повышение качества профессиональной подготовки и уровня вовлеченности вчерашних выпускников. Подчеркивается, что внимание к управлению карьерой становятся ключевыми факторами привлечения и удержания молодых талантов в отрасль, а также обеспечения непрерывного развития компетенций и формирования устойчивой мотивации к профессиональной деятельности. Представлен перечень ключевых навыков специалистов в сфере гостеприимства в области управления карьерой, необходимых для успешной адаптации, развития сотрудников в начале профессионального пути. Автором предложены направления совместной работы работодателей и образовательных учреждений в области развития данных компетенций.

**Ключевые слова:** управление карьерой, карьерное планирование, развитие компетенций управления карьерой, индустрия гостеприимства, профессиональная подготовка молодых специалистов, инструменты карьерного развития.

## CAREER MANAGEMENT OF YOUNG SPECIALISTS AS A TOOL FOR TRAINING PROFESSIONAL STAFF IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

**Kozyreva I.V.**, Head of the HR Department, FSUE «President-Hotel», Career consultant, Business coach

**Abstract.** The article considers career management of young specialists as a strategically important tool for training professional staff for the hospitality industry. The influence of career management skills development on improving the quality of professional training and the level of involvement of recent graduates is substantiated. It is emphasized that attention to career management is becoming a key factor in attracting and retaining young talents in the industry, as well as ensuring the continuous development of competencies and the formation of sustainable motivation for professional activity. A list of key skills of hospitality specialists in the field of career management, necessary for successful adaptation, development of employees at the beginning of their professional career, is presented. The author proposes directions for collaborative efforts between employers and educational institutions in developing these competencies.

**Key words:** career management, career planning, development of career management competencies, hospitality industry, professional training of young specialists, career development tools.

В настоящее время в сфере HoReCa, в связи с реализацией в России обновленного национального проекта «Туризм и гостеприимство» и программы «Кадры для туризма» [7], создаются благоприятные условия для развития отрасли, а также определены требования по качественному улучшению обслуживания гостей и туристов, подготовки персонала.

При этом сфера гостеприимства остро ощущает кадровый дефицит. По данным экспертов нехватка составляет до 40% [8]. Проблема высокой текучести кадров и постоянная смена персонала не только влечет за собой значительные финансовые издержки, связанные с поиском, отбором и обучением новых сотрудников, но и негативно сказывается на стабильности рабочих процессов и качестве предоставляемых услуг.

При этом наблюдается, что дефицит кадров усугубляется оттоком молодых специалистов в другие сферы экономики.

Однако согласно отчету «Результаты исследования восприятия бренда работодателя, 2024» проекта «Талантист» (Президентской платформы «Россия – страна возможностей»), сфера гостеприимства входит в ТОП-3 привлекательных отраслей для работы среди молодежи в возрасте от 14 до 24 лет (наряду с информацией/связь и финансовые услуги).

Также, по данным исследования компании «TravelLine» «Студенты о будущем трудоустройстве в отели» (февраль 2025 г.), 85% студентов ВУЗов и 70% студентов СУЗов заинтересованы карьерой в индустрии гостеприимства.

Молодые специалисты обладают широким спектром интересов, которые, однако, могут быстро угасать. Можно предположить, что основное «вымывание» специалистов в отрасли происходит в первые годы после окончания учебных заведений. В связи с этим возникает необходимость в разработке и внедрении эффективных механизмов управления карьерой, которые будут учитывать индивидуальные особенности и потребности молодых профессионалов.

Таким образом, работа с новыми сотрудниками в отрасли становится одной из ключевой для работодателя, с одной стороны, и совершенствование процессов подготовки профессиональных кадров, с другой, в том числе по направлениям управления карьерой молодых специалистов. Это позволит не только привлекать и удерживать выпускников, но и обеспечивать их долгосрочную вовлеченность и продуктивность. Успешное управление карьерой молодых специалистов требует совместных усилий как работодателей, так и образовательных учреждений.

Традиционные подходы к обучению и развитию персонала зачастую оказываются недостаточными для удовлетворения современных требований рынка труда.

Речь идет не только о профессиональных навыках, необходимых для выполнения конкретных задач, но и об управленческих, корпоративных компетенциях, а также компетенциях в управлении собственной карьерой.

Традиционно под управлением деловой карьерой понимается комплексная технология воздействия руководителей и кадровых служб на целенаправленное развитие способностей работников, накопление ими профессионального опыта и рациональное использование их потенциала как в интересах сотрудников, так и в интересах организации [5].

Мы же будем придерживаться следующего определения управления карьерой – это комплекс мероприятий, направленных на планирование, развитие и продвижение сотрудников внутри организации, отрасли в целом.

По сути, весь процесс управления сводится к планированию (определение целей профессионального развития персонала и путей, стратегий, ведущих к их достижению) и реализации карьерного плана (как профессиональное развитие сотрудника, так и последовательное занятие должностей, опыт которых необходим для успеха в целевой должности).

При этом накопление знаний, умений молодых специалистов в области управления своей карьерой уже возможно в процессе обучения и подготовки в учебном заведении. Будущий выпускник должен понимать, насколько разнообразны и многоплановы карьеры в сфере гостеприимства, насколько вариативны карьерные треки, как сам специалист может управлять ими, чтобы достигать своих целей и строить аутентичную карьеру, которая будет приносить удовлетворение, самореализацию, желаемый уровень дохода.

Такой симбиоз между работодателями и учебными заведениями (карьерными центрами/центрами развития карьеры учебных заведений) позволит усовершенствовать реальные программы управления карьерой и удержать молодых сотрудников в отрасли.

К сожалению, на сегодняшний день не все работодатели в сфере гостеприимства осознают острую необходимость в переориентации подхода к управлению персоналом в сторону человекоцентричности. Таким компаниям, безусловно, сложнее удерживать персонал, и именно они усиливают впечатление острого «кадрового голода» в отрасли. Занимаясь, по сути, только операционными вопросами, часть работодателей очень медленно и нехотя переходит в парадигму «счастья для сотрудников».

Трансформация индустрии туризма и гостеприимства в индустрию счастья [1] требует достаточно большого изменения в области подготовки кадров, связанного в том числе с освоением навыков управления карьеры и саморегуляции сотрудников. Очевидно, что достаточно сложно

дарить позитивные эмоции гостям и туристам, если сотрудник сам не счастлив в профессии и испытывает сложности и трудности в процессе профессиональной адаптации.

Поэтому верным способом формировать «индустрию счастья» – закладывать у будущих сотрудников основы знаний и компетенций по управлению собственной карьерой.

В связи с этим можно представить расширенный список компетенций в сфере гостеприимства, которые востребованы и актуальны уже сегодня:

- Hard skills (профессиональные)
- Soft skills (личностные и социальные)
- Корпоративные (основанные на корпоративной культуре и ценностях компании, которые предъявляют к сотрудникам: клиентоориентированность, работа в команде, коммуникабельность и т.д.)
- Управленческие (лидерство, управление командой, делегирование и др.)
- Цифровые
- Self skills (набор базовых компетенций, которые определяют, как человек справляется с переменами, стрессом, сложными задачами и собственным развитием)
- Job hunting skills (навыки проактивного поиска работы / компетенции в управлении карьерой).

Специфика работы в сфере HoReCa, характеризующаяся высокой интенсивностью труда, ненормированным графиком, переработками, эмоциональной и физической нагрузками, постоянным взаимодействием с гостями и клиентами, зачастую приводит к повышенному уровню стресса и эмоциональному выгоранию. Молодые сотрудники предприятий гостеприимства, в большей степени подверженные вышеперечисленным факторам, связанными с условиями труда, испытывают повышенную потребность в поддержке, признании и осознании перспективы своего профессионального будущего. Владение навыками саморегуляции облегчит адаптационный период. Сотрудник, который уверен в себе и не тратит силы на «выживание» в организации, имеет более высокую степень мотивации, интереса к профессии и вовлеченности в процесс. Это позволяет специалисту быть более подготовленным и востребованным на рынке труда.

Таким образом, можно сформулировать круг задач работодателей и карьерных центров образовательных учреждений в вопросах совместной работы по развитию навыков управления карьеры (таблица 1).

Таблица 1. Дополнительные направления деятельности работодателей и образовательных учреждений

| Направления деятельности работодателей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Направления деятельности карьерных центров для студентов, молодых специалистов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знакомство студентов с разнообразными карьерными треками (включая горизонтальное развитие/ проектную работу). Создание четких карьерных треков, предоставляющих молодым специалистам ясное представление о перспективах профессионального роста в компании.</li> <li>• Создание, внедрение и совершенствование программ менторства и наставничества.</li> <li>• Обеспечение доступа к обучению и развитию.</li> <li>• Формирование корпоративной культуры, ориентированной на развитие персонала и признание достижений молодых специалистов.</li> <li>• Предоставление обратной связи и признание достижений.</li> <li>• Развитие эффективных программ адаптации новичков.</li> <li>• Проведение карьерных диалогов/ диалогов о развитии с молодыми сотрудниками.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Внедрение в учебные программы курсов по управлению собственной карьерой.</li> <li>• Организация мастер-классов и тренингов с участием экспертов-практиков из индустрии.</li> <li>• Оказание помощи в ориентации на рынке труда, осознанного выбора работодателя, соответствующего ценностям молодого специалиста, составлении резюме, подготовке к собеседованиям,</li> <li>• Развитие у студентов навыков самоанализа и целеполагания, определения карьерных ценностей и ориентаций.</li> <li>• Обучение студентов навыкам саморегуляции и управления стрессом, адаптации, необходимых для успешной работы в сфере гостеприимства.</li> <li>• Возможность обращения за индивидуальными сессиями/консультациями</li> </ul> |



| Направления деятельности работодателей                                                                                                                                                                                                                                                                                | Направления деятельности<br>карьерных центров для студентов, молодых<br>специалистов |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Разработка и внедрение комплексной стратегии управления карьерой, учитывающую специфику отрасли и потребности поколения Z.</li> <li>Индивидуализация планов развития, согласование личных интересов и профессиональных целей молодых специалистов с корпоративными.</li> </ul> | выпускников с целью помощи по вопросам адаптации и решения карьерных запросов.       |

Источник: составлено автором

Важно отметить, что не все компании могут предложить широкий спектр карьерных возможностей. Поэтому на этапе выхода из вуза, сотруднику необходимо четко понимать свои ценности и выбирать компанию, корпоративная культура которой соответствует его индивидуальным особенностям. Обучение навыкам определения корпоративной культуры работодателя и соответствия своим ценностям, безусловно, должна осуществляться до официального трудоустройства выпускника.

В частности, для определения типа корпоративной культуры предприятия и соответствия ее ценностям и ожиданиям студентов эффективно использовать модель компании «ЭКОПСИ Консалтинг», которая базируется на теории спиральной динамики. Так, следует иметь в виду, что существует 6 основных корпоративных культур, которые применимы в компаниях сферы гостеприимства, в той или иной степени (рис. 1).



Рис. 1. Типы корпоративных культур (модель компании «ЭКОПСИ Консалтинг»)

Источник: составлено автором

Каждая компания проходит через эти этапы развития корпоративной культуры, и важно понять, на каком этапе развития находится организация, в которой молодой специалист планирует работать и стажироваться. От того, в какую корпоративную культуру попадает выпускник учебного заведения зависит, действительно, многое – атмосфера и условия адаптации, открытость и доброжелательность коллег, возможность дальнейшего карьерного роста, степень развития систем обучения, отношения в коллективе и др. (таблица 2).

На практике, понимание того, насколько соответствует та или иная культура ценностям конкретного молодого специалиста, определяет степень успешности его адаптации, сохранения вовлеченности и интереса к отрасли, а также желания осваивать профессию и развиваться в ней дальше. К сожалению, известны кейсы, когда молодой сотрудник принимал решение об уходе из отрасли после первого неудачного опыта адаптации в компании. Анализ консультационной работы с ним показал, что его ценностные ориентации и мотивы, а также карьерные цели абсолютно не соответствовали той культуре, в которую он попал ранее.

При этом стоит брать во внимание, что иногда компания транслирует одну корпоративную культуру, что в действительности, оказывается, не совсем так. Или же отдельные подразделения предприятия являются приверженцами другой культуры, отличной от транслируемой официально.

Так сложилось, что большинство отечественных компаний в сфере гостеприимства относятся к культуре принадлежности (особенно малые предприятия) или культуре силы, несмотря на то, что обилие регламентов, правил и стандартов обслуживания, кажется, должно относить компанию к культуре правил.

Некоторые компании внедряют отдельные элементы той или иной культуры. К примеру, иногда, правила культуры синтеза (бирюзовой) применимы в совсем небольших, семейных проектах (мини-отели, рестораны).

На наш взгляд, философия корпоративных культур бирюзового цвета не совсем подходит для индустрии гостеприимства с наличием большого количества стандартов, жестко регламентированных требований в обслуживании. Однако ее отдельные элементы, безусловно, могут быть задействованы в части дополнительной ориентации в сторону человекоцентричного подхода к управлению персоналом.

Таким образом, обладая знаниями и пониманием отличий культур, можно скорректировать свой план действий в области адаптации и дальнейшего развития карьеры.

Таблица 2. Основные отличительные характеристики корпоративных культур в индустрии гостеприимства

| Тип корпоративной культуры | Цвет культуры | Краткая характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Культура принадлежности    | Фиолетовая    | <ul style="list-style-type: none"> <li>коллектив функционирует как одна сплоченная команда, где все поддерживают друг друга, забота о каждом. Поддержка, близость с членами команды, теплая и семейная атмосфера и условия. Руководитель – заботится о всех, опекает. <i>Минимальная возможность или полное отсутствие карьерного роста</i>; малое количество профессионалов своего дела. Обучение по принципу «делай как я», важно «влиться в семью».</li> </ul>                                                                                                                                                    |
| Культура силы              | Красная       | <ul style="list-style-type: none"> <li>ключевую роль играет лидер, который принимает основные решения. От членов команды ожидается решительность и ответственность за достижение целей, конкуренция, иногда агрессия. Характерны прямые приказы, амбициозные цели, вызовы. Частая смена целей и решений в силу импульсивности лидера, атмосфера «как во время войны». Отсутствуют четкие и отлаженные бизнес-процессы, планы, сроки действий. Важно сразу же показывать высокую результативность. <i>Возможность развития карьерного роста присутствует, но ограничена.</i></li> </ul>                               |
| Культура правил            | Синяя         | <ul style="list-style-type: none"> <li>важны четкие инструкции, соблюдение установленных правил и процессов. Планирование и порядок находятся на первом месте. Компанию характеризуют надежность, стабильность, дисциплина, регламенты и процедуры, ясность, четкость, порядок, инструкции. Компания работает как слаженный механизм (работник – «один из винтиков»). Однако инициатива наказуема. Могут быть дистанцированные, прохладные отношения с коллегами. <i>Карьерный рост возможен по итогам выполнения планов и итоговых показателей.</i></li> </ul>                                                      |
| Культура успеха            | Оранжевая     | <ul style="list-style-type: none"> <li>ценится инновационность и личные достижения. Основное внимание уделяется результатам и постоянному развитию. Амбициозное целеполагание, постоянное движение. Новые технологии для достижений высоких результатов, обучение, тренинги. Процедуры бизнес-планирования, четкие «рабочие» ценности. Присутствует легкая конкуренция. Высокий темп работы, скорость. В команде характерна ориентация на успех. <i>Карьерный рост возможен и очень приветствуется, и его можно легко получить, если выполнять поставленные задачи, предлагать нестандартные решения.</i></li> </ul> |

| Тип корпоративной культуры | Цвет культуры | Краткая характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Культура возможностей      | Зеленая       | <ul style="list-style-type: none"> <li>тип культуры построен на сотрудничестве, открытости и компромиссе. Характерны: коллегиальные решения, командная работа, доверительные отношения, много проектных команд под задачу. «Плоская» организационная структура, мало линейных руководителей. Отношения между коллегами - теплые, созидательные, часто неформальные отношения. <i>Карьерный рост возможен, но приветствуется горизонтальный рост в рамках работы в проектных группах для решения сложных и интересных задач.</i></li> </ul> |
| Культура синтеза           | Бирюзовая     | <ul style="list-style-type: none"> <li>сотрудники обладают максимальной свободой, минимальным количеством правил и могут проявлять креативность и самореализацию. Культура интегрирует все предыдущие состояния систем. Характерны самоуправление, творчество, инновации.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                       |

Источник: составлено автором

Традиционно процесс управления карьерой включает в себя следующие этапы:

1. Определение целей профессионального развития.
2. Составление плана индивидуального развития карьеры.
3. Реализация плана развития карьеры.
4. Оценка эффективности управления карьерой.

Важно подчеркнуть, что есть еще важный этап, который можно назвать камеральный/подготовительный – этап формирования знаний и умений в области управления карьерой; осознания сильных/слабых сторон специалиста; выявления карьерных ориентаций и ценностей.

Будущий выпускник должен понимать многообразие карьерных возможностей в сфере гостеприимства, вариативность карьерных треков и уметь активно управлять своей профессиональной траекторией.

Навыки управления молодого специалиста в области управления карьерой в сфере гостеприимства следует рассмотреть на основании обобщенного цикла сотрудника в компании (рис. 2) [6]:

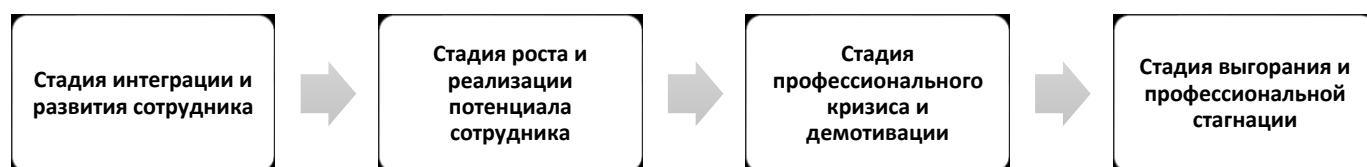


Рисунок 2. Жизненный цикл сотрудника

Источник: [6]

Данная модель выбрана нами осознанно, с целью демонстрации возможных негативных прогнозов развития карьеры профессиональных кадров (до стадии демотивации и выгорания) в ситуации отсутствия или игнорирования навыков управления карьерой.

При этом в процессе управления карьерой, этап активного поиска и выбора подходящего трудоустройства, предшествующий официальному оформлению на работу молодого специалиста, занимает центральное место и опирается на результаты предварительной аналитической работы. Обозначим этот этап как камеральный и включим его в жизненный цикл сотрудника, как потенциального.

В рамках данного исследования актуальными являются стадия интеграции и развития сотрудника, а также предшествующая ей камеральная. Рассмотрим их подробнее (таблица 3).

Таблица 3. Базовые навыки управления карьерой молодых специалистов в гостеприимстве на этапе подготовки к выходу на рынок труда и стадии интеграции

| <i>Стадии<br/>жизненного цикла</i>               | <i>Содержание цикла</i>                                                                                                                                                                                        | <i>Требуемые знания и навыки в области<br/>управления карьерой</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <i>Возможные<br/>инструменты<br/>управления</i>                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Камеральная<br>стадия и выбор<br>работодателя    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Подготовка к выходу на рынок, позиционирование специалиста.</li> <li>Первый контакт с работодателем</li> </ul>                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Самоанализ и самооценка: определение сильных и слабых сторон, ценностей, интересов, мотивации.</li> <li>Целеполагание и планирование карьеры: разработка индивидуального плана развития (ИПР), включающего этапы, сроки, ресурсы.</li> <li>Знание рынка труда, направлений деятельности, вариативность карьерных треков</li> <li>Понимание основных типов корпоративных культур и умение оценивать соответствие своей личности и ценностям той или иной корпоративной культуры.</li> <li>Составление резюме (с учетом наличия малого опыта), выбора каналов поиска работы.</li> <li>Навыки самопрезентации.</li> <li>Развитие навыков саморегуляции.</li> <li>Навыки эффективной адаптации к новым условиям, изменениям, неопределенности.</li> </ul> | Личностные тесты и опросники; SMART; ИПР; матрицы компетенций; SWOT-анализ; модель спиральной динамики; инструменты принятия решений; карьерные сессии; elevator pitch; учебные мероприятия для визуализации, планирования и достижения карьерных устремлений и др. |
| Стадия<br>интеграции и<br>развития<br>сотрудника | <ul style="list-style-type: none"> <li>Онбординг (адаптация, обучение, вовлечение, наставничество, включение в процесс функционирования и погружение в корпоративную среду, формирование мотивации)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Навыки адаптации и интеграции (открытость, гибкость, быстрая обучаемость)</li> <li>Навыки эффективной коммуникации с руководством и коллегами (включая запрос обратной связи), умение устанавливать контакты.</li> <li>Навыки активного обучения</li> <li>Проактивное управление своей карьерой в компании (поиск возможностей для развития; определение своих потребностей в обучении, мотивации и др.)</li> <li>Навыки управления балансом между работой и личной жизнью.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                | Инструменты для самоанализа; SMART; участие в карьерных диалогах; инструменты для управления стрессом, профилактики выгорания; карьерный план; журнал достижений и др.                                                                                              |

Источник: составлено автором

Овладение перечисленными навыками осознанного планирования карьеры, способствует не только профессиональному росту молодых сотрудников, но и позволяет им чувствовать себя более вовлеченными, ценными и уверенными в своем будущем, тем самым снижая риск эмоционального выгорания и повышая их общую удовлетворенность жизнью.

Итак, навыки управления карьерой в HoReCa охватывают следующие аспекты:

- Самоанализ и самооценка: определение сильных и слабых сторон, ценностей, интересов, мотивации и др.



- Целеполагание и планирование карьеры: разработка индивидуального плана развития (ИПР), включающего этапы, сроки, ресурсы.
- Знание рынка труда, направлений деятельности, вариативность карьерных треков.
- Понимание основных типов корпоративных культур и умение оценивать соответствие своих личных ценностей той или иной корпоративной культуре.
- Навыки проактивного поиска работы; составления резюме (с учетом наличия малого опыта), выбора каналов поиска работы; навыки самопрезентации; подготовка к собеседованию и др.
- Развитие навыков саморегуляции, профилактики эмоционального выгорания.
- Навыки эффективной адаптации к новым условиям, изменениям, неопределенности.
- Навыки обучения и профессиональной подготовки: умение находить возможности обучения и приобретать новые способности и компетенции.

Таким образом, управление карьерой молодых специалистов сферы гостеприимства – это динамичный и осознанный процесс, представляющий собой комплекс взаимосвязанных действий, основанный на самоанализе, целеполагании, непрерывном обучении, развитии ключевых компетенций, эффективном использовании внешних и внутренних ресурсов (таких как менторы, коучи, образовательные программы, нетворкинг), и гибкой адаптации к рыночным тенденциям и личным ценностям, с целью достижения профессиональной самореализации и максимальной вовлеченности в сфере гостеприимства.

В современном обществе работа и карьера все чаще воспринимаются молодежью не просто как источник дохода, а как неотъемлемая часть жизни, призванная приносить удовлетворение, самореализацию и возможность для личностного развития. А в контексте изменений ценностных ориентиров молодого поколения, внимание к индивидуальным карьерным траекториям, возможностям для самореализации и проактивному развитию своей карьеры приобретает особую значимость.

Управление карьерой молодых специалистов является стратегически важным инструментом подготовки профессиональных кадров в сфере гостеприимства. Молодые специалисты, недавние выпускники образовательных учреждений, представляют собой ключевой ресурс для сферы гостеприимства, однако их успешная интеграция и долгосрочное пребывание в сфере гостеприимства во многом зависят от продуманной системы управления карьерой, предложенной работодателем, и знаниям в области управления карьерой, которые студент может получить еще до официального трудоустройства.

Совместные усилия работодателей и образовательных учреждений, направленные на развитие компетенций в области управления карьерой и создание благоприятной рабочей среды, позволят привлекать и удерживать талантливых выпускников, повышать их мотивацию и вовлеченность, а также обеспечивать их долгосрочный карьерный рост.

#### Список источников:

1. Аналитический доклад «Кадры для туризма: от сферы услуг к индустрии счастья» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Доклад Туризм\_2024.pdf (дата обращения 29.03.2025).
2. Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами / И.А. Епишкин // Учебное пособие. – М.: МИИТ, 2013. – 157 с.
3. Зайцев Г.Г. Управление деловой карьерой: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г.Г. Зайцев, Г.В. Черкасская. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 256 с.
4. Исследование стаффинговой группы ANCOR. Управленцы в сфере retail & HoReCa. Исследование в сфере индустрии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://ancor.ru/upload/files/ANCOR\\_aboutManagement.pdf](https://ancor.ru/upload/files/ANCOR_aboutManagement.pdf) (дата обращения 23.03.2025).
5. Лабужская Т.И. Особенности управления деловой карьерой / Т.И. Лабужская, А.М. Ситжанова. — Текст: электронный // American Scientific Journal. – 2022. – № 57. – С. 55-59.

6. Марин К.Е. Управление жизненным циклом сотрудника // Управление развитием персонала. — 2023. — № 4. — С.316–331. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://grebennikon.ru/article-hync.html>. (дата обращения 27.03.2025)
7. Минэкономразвития завершило формирование нацпроекта «Туризм и гостеприимство» // Портал Министерства Экономического развития [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya\\_zavershilo\\_formirovanie\\_nacproekta\\_turizm\\_i\\_gostepriimstvo.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_zavershilo_formirovanie_nacproekta_turizm_i_gostepriimstvo.html) (дата обращения 25.03.2025)
8. Сфере гостеприимства не хватает работников // Портал «Независимая газета» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.ng.ru/economics/2024-08-27/1\\_9080\\_tourism.html](https://www.ng.ru/economics/2024-08-27/1_9080_tourism.html) (дата обращения 29.03.2025).

## ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

**Серова О.В.**, доцент кафедры экологии, географии и природопользования, Башкирский педагогический государственный университет им. М. Акмуллы, канд. биол. наук, [serowa@mail.ru](mailto:serowa@mail.ru)

**Лифанова И.В.**, заведующий информационно-методическим отделом, Республиканский детский образовательный центр туризма, канд. пед. наук, [bashrdct@mail.ru](mailto:bashrdct@mail.ru)

**Шагиева Р.Р.**, заведующий отделом Детского центра туризма, краеведения и экскурсий «Зенит», [rezanetka@mail.ru](mailto:rezanetka@mail.ru)

**Рахматуллина А.Р.**, и.о. декана естественно-географического факультета, старший преподаватель, Башкирский педагогический государственный университет им. М. Акмуллы

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы подготовки бакалавров высшей квалификации в области туристско-краеведческой и естественно-научной направленностей через применение практико-ориентированного подхода, позволяющего обеспечить взаимосвязь обучения с педагогической деятельностью в высшей школе.

**Ключевые слова:** образовательная деятельность, проектная деятельность, туристско-краеведческая деятельность, практико-ориентированный подход.

## PRACTICE-ORIENTED APPROACH IN THE EDUCATION SYSTEM OF TOURIST AND LOCAL HISTORY ORIENTATION

**Serova O.V.**, Associate Professor, Department of Ecology, Geography and Nature Management, Bashkir State Pedagogical University named M. Akmulla, Candidate of Biologic Sciences

**Lifanova I.V.**, Head of the Information and Methodological Department, Republican Children's Educational Center of Tourism, Candidate of Pedagogic Sciences

**Shagieva R.R.**, Head of the Department of the Children's Center for Tourism, Local History and Excursions «Zenith»

**Rakhmatullina A.R.**, Acting Dean of the Faculty of Natural Sciences and Geography, Senior Lecturer, Bashkir State Pedagogical University named M. Akmulla

**Annotation.** The issues of training a bachelor of the highest qualification in the field of tourism and local history and natural sciences are considered through the use of a practice-oriented approach, which allows to ensure the relationship between training and pedagogical activities in higher school.

**Keywords:** educational activities, project activities, tourist and local history activities, practice-oriented approach.

Неотъемлемой частью подготовки бакалавра высшей квалификации в области туристско-краеведческой и естественно-научной деятельности является практико-ориентированный подход, позволяющий обеспечить тесную взаимосвязь обучения в высшей школе с педагогической деятельностью и способствовать легкому и быстрому вхождению выпускника в реальную практическую деятельность. Рынок туристских услуг в Республике Башкортостан активно развивается, разрастается сеть туристских (туроператорских и турагентских) фирм, вместе с тем отрасль испытывает потребность не только в менеджерах в области туристской индустрии по активным видам въездного и внутреннего (отечественного туризма), но и педагогах для туристских оздоровительно-образовательных центров республики.

Маркетинговый анализ образовательных программ показал, что на территории республики Башкортостан подготовку кадров по направлению 43.03.02 «Туризм» осуществляют два высших и пять средне специальных учебных заведений. Региональным представителем по подготовке кадров по направлению 44.03.01 «Педагогическое образование направленность - (профиль) Педагог дополнительного образования (туристско-краеведческой и естественно-научной направленностей)» на территории республики стал ФГБОУ ВО БГПУ им. М. Акмуллы (далее - Акмуллинский университет). На протяжении более 25 лет географический факультет Акмуллинского университета тесно сотрудничает с республиканским центром туризма и центрами туристско-краеведческой и естественнонаучной направленностей в городах и районах республики.

Детско-юношеский туризм охватывает возрастную категорию от 6 до 18 лет. При ведении внеурочной деятельности, разработке основных и дополнительных образовательных программ, формировании маршрутов и мероприятий для данной целевой аудитории важно учитывать психолого-педагогические особенности развития детей с учетом возраста. Это реализуемо только при наличии в образовательном процессе модулей педагогических и психологических дисциплин, которые преподаются специалистами Института педагогики и факультета психологии Университета. Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП) была разработана в 2022 г. на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки высшего образования, утвержденного приказом Минобрнауки России № 121 от 22 февраля 2018 г., а также с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)», «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 05 мая 2018 г. № 298н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2018 г., регистрационный № 52016), в настоящее время - приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652н [1,2].

Образовательная программа (далее - ОП) реализуется на кафедре экологии, географии и природопользования естественно-географического факультета, обучение ведется по заочной форме обучения на бюджетной основе. ОП бакалавриата включает теоретическое обучение, практики, государственную итоговую аттестацию. Учебный процесс — это лекционные, практические, семинарские занятия, практики, построенные на основе качественной экспертизы и научно-педагогического опыта ведущих географов, биологов, туристов, экологов высшего и среднего специального образования. ОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений. К преподаванию дисциплин привлекаются университетские преподаватели по педагогике, психологии, что позволяет студентам получать фундаментальные и прикладные знания. Обучение на программе «Педагог дополнительного образования туристско-краеведческой и естественнонаучной направленностей» представляет собой систему взаимосвязанных курсов, которые позволяют выстроить индивидуальную траекторию обучения с учетом профессиональной заинтересованности, например, дисциплины: «Теория и методика педагогического дополнительного образования», «Психология», «Педагогика», «Основы государственной политики в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений», «Возрастная анатомия, физиология и культура здоровья», «География», «Биология», «Технологии туристской деятельности по видам туризма», «Технология и организация экскурсионных услуг», «Туристское ресурсоведение», Обеспечение безопасности в системе дополнительного образования», «Общая экология», «Экологический туризм», «Индикация состояния окружающей среды», «Экология животных», «Технологии цифрового образования: основы информационных технологий и специализированные пакеты профессиональной деятельности», «Педагогические практики и предметные практики». ОПОП одобрена экспертным сообществом, учебный план и календарный учебный график, УМК размещены в электронной информационно-образовательной среде Акмуллинского университета.

В учебном процессе предусмотрено проведение практической подготовки на базе организаций-партнеров. Не менее 10% численности педагогических работников БГПУ им.



М.Акмуллы — это руководители или работники профессиональной сферы, практики-педагоги системы дополнительного образования в области туристско-краеведческой и естественнонаучной направленностей. Экспериментальная практико-ориентированная площадка - Республиканский центр туризма, Городской центр туризма краеведения и экскурсий ГО г. Уфа, Кировский, Орджоникидзевский центры туризма г. Уфы. На базе учреждений дополнительного образования развивается детский, спортивно-оздоровительный туризм, краеведение, экскурсионная деятельность.

В процесс обучения студенты получают комплексные знания по естественным наукам и навыки научно-исследовательского и практического подхода к решению прикладных задач. Перед обучающимися стоит ряд вопросов:

- как разрабатывать основные и дополнительные образовательные программы;
- как организовывать совместную и индивидуальную учебную и воспитательную деятельность обучающихся;
- как осуществлять контроль и оценку формирования образовательных результатов обучающихся;
- какие психолого-педагогические технологии использовать в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями;
- как организовывать деятельность обучающихся, направленную на развитие интереса к учебному предмету в рамках урочной и внеурочной деятельности;
- как организовывать краеведческую, кружковую, исследовательскую работу, участвовать в слетах, фестивалях, научных конференциях, мастер-классах средствами истории, географии, биологии для формирования культурной, национальной идентичности и самосознания.

Исходя из целей учебной практики и перечня компетенций обучающиеся в результате прохождения практики должны:

Знать:

- физико-географическую характеристику района проведения практики;
- факторы риска формирования зависимого и девиантного поведения;
- положения основных отраслей российского права.

Уметь:

- анализировать современные социально-общественные процессы в историческом контексте;
- применять современные средства для осуществления деловой коммуникации.

Владеть:

- навыками поиска информации в рамках реализации профессионального общения;
- коммуникативными технологиями в области социального взаимодействия;
- навыками делового общения для осуществления туристско-краеведческой, экскурсионной, естественнонаучной деятельности;
- основами техники безопасности и предупреждения травматизма при занятиях;
- навыком поиска информации о географических объектах в различных источниках.

В ходе производственной педагогической практики студенты должны:

- Познакомиться с должностными обязанностями педагога дополнительного образования (ПДО).
- Изучить и описать основные формы и методы, применяемые в системе дополнительного образования.
- Изучить сайт образовательной организации, познакомиться с основными мероприятиями туристско-краеведческой и естественнонаучной направленностей на текущий год.
- Посетить и поучаствовать в мероприятиях туристско-краеведческой и естественнонаучной направленностей (соревнование, конференция, конкурс, фестиваль, краефест, квест и другие):
  - изучить положение, план подготовки и проведения мероприятий, принять участие в проведении;

- провести анализ мероприятия (достигнуты ли цели, задачи, какая тема мероприятия для кого было организовано мероприятие, кто вошел в оргкомитет, график мероприятия, материально-техническая база для проведения и инфраструктурный лист. Сделать выводы: что получилось, что не получилось).
- на основании анализа предложить разработанное положение, план подготовки и проведения с учетом выявленных замечаний.
- изучить реестр школьных музеев РФ на сайте <https://xn--d1aacmfe4auif8ale.xn--p1ai/museums> и посетить школьный музей образовательной организации в районе или городе РБ:
  - собрать краеведческий материал о музее (тип, направление деятельности, кто стоял у истоков, паспортизирован ли, занесен ли в систему ГИС, имеет ли сайт);
  - изучить Положение о школьном музее, план работы школьного музея;
  - познакомиться с активом школьного музея, его составом;
  - взять интервью у активистов школьного музея (составить анкету).

Теоретические знания закрепляются на ознакомительной, полевой, педагогической практиках, например, в музее МАУ ДО ДООЦТК г.Салават, музее МБОУ Байгильдинского сельского лицея им. С.Р. Исмагилова Нуримановского района республики Башкортостан. Студенты, с целью популяризации и изучения техники спелеотуризма оказывали помощь в разработке туристского маршрута 1 категории сложности в районе Южного Урала Ишимбайского района п. Грандиозная им. В.А. Ануфриева, демонстрировали понимание сущности, принципов и особенностей природных и техногенных процессов в окружающей среде в рамках проведения межрегионального фестиваля «Заоблачный фронт. Иремель» и участия в судействе зимних Республиканских соревнований обучающихся по ориентированию на местности «Компас Башкортостана».

На базе МАОУ ДО ЦДОТ г.Туймазы МР Туймазинский район республики Башкортостан практиканты участвовали в проведении однодневного тура на базе лагеря «Кандрыкуль» для школьников младших классов СОШ г. Туймазы, разработке похода выходного дня «Траверс хр. Раймантау», проведении экскурсии к памятнику природы «Шумиловский водопад» и для школьников местной школы 2-дневный выезд в лагерь «Кандрыкуль» «Слет активистов».

В рамках многолетнего сотрудничества Акмуллинского университета, в частности естественно-географического факультета с Муниципальным бюджетным образовательным учреждением дополнительного образования «Детский центр туризма, краеведения и экскурсий «Зенит» ГО г. Уфа (далее - ДЦТКиЭ «Зенит»), студенты направления «Педагогическое образование направленность (профиль) Педагог дополнительного образования (туристско-краеведческой и естественно-научной направленностей)» участвуют в проведении мероприятий, проектировании экскурсионных и туристских маршрутов в рамках практической подготовки. ДЦТКиЭ «Зенит» является центром туризма Орджоникидзевского района города Уфы и проводит районные конкурсы, фестивали, туристские слеты, соревнования по спортивному туризму, реализует грантовые проекты для школьников и студентов ВУЗов, организует многодневные пешие, водные и комбинированные походы.

Студентам предоставляется возможность не только закрепить теоретические знания, но и освоить практические умения и навыки, необходимые для работы по выбранной специальности. Так, за последние два года, в рамках практики студенты приняли активное участие в проведении следующих мероприятий ДЦТКиЭ «Зенит»:

- Соревнования в рамках проекта «Образовательная территория равных возможностей» или «Эколого-краеведческая тропа «Дежневская лестница» для обучающихся общеобразовательных учреждений Орджоникидзевского района. Проект реализуется на средства Гранта главы Администрации г. Уфы РБ. В данном мероприятии в рамках учебной практики 2 курса приняли участие студенты ЕГФ Васильев Александр и Родина Наталья в качестве помощников судейской коллегии. Мероприятие прошло на территории Уфимского ожерелья «Дежневская лестница» в Орджоникидзевском районе Уфы. Организаторы соревнований подготовили дистанции, на которых ребята продемонстрировали свои умения и навыки:

- «Параллельные перила»;
- «Ориентирование»;
- «Конструктор костра»;
- «Лабиринт»;
- «Переправа через болото»;
- «Заброс веревки».

Всего в мероприятии приняли участие 14 команд.

I место – команда «Восход» МАОУ «Школа №109 им. М.И. Абдуллина»;

II место – команда «Орлята» МАОУ «Татарская гимназия № 65 им. Гази Загитова»;

III место – команда «Звездочки» МАОУ «Татарская гимназия № 65 им. Гази Загитова»

Общее руководство подготовкой и проведением соревнований осуществила Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Центр науки, образования, волонтерства и развития «НОВИР» и МБОУ ДО ДЦТКиЭ «Зенит».

- Соревнования в рамках проекта «Образовательная территория равных возможностей» или «Эколого-краеведческая тропа «Дежневская лестница» для детей с особыми образовательными потребностями и инвалидностью. Проект реализуется на средства Гранта главы Администрации г. Уфы РБ. Мероприятие прошло на территории Уфимского ожерелья «Дежневская лестница» в Орджоникидзевском районе Уфы. Организаторы подготовили адаптированную дистанцию, с учетом возможностей юных туристов:

- «Спуск по перилам»;
- «Ленточка»;
- «Конструктор костра»;
- «Заброс мешочка»;
- «Перевесь карабин»;
- «Подъем по перилам».

Общее руководство подготовкой и проведением соревнований осуществила АНО ДПО «Центр науки, образования, волонтерства и развития «НОВИР» и МБОУ ДО ДЦТКиЭ «Зенит».

- Студенты приняли участие в разработке и проведении экскурсии в рамках грантового проекта «Образовательная территория равных возможностей» или «Эколого-краеведческая тропа «Дежневская лестница». Экскурсия была посвящена географической характеристике тропы, взаимосвязи влияния реки Белой на растительный и животный мир данной территории;

- Городские соревнования среди обучающихся начальных классов общеобразовательных учреждений городского округа город Уфа Республики Башкортостан «Юный спасатель»;

- Ежегодный туристско-краеведческий слет среди обучающихся начальных классов общеобразовательных учреждений Орджоникидзевского района городского округа город Уфа Республики Башкортостан;

- Ежегодный туристско-краеведческий слет среди воспитанников дошкольных образовательных учреждений Орджоникидзевского района городского округа город Уфа Республики Башкортостан «Юные туристы»;

- Ежегодный туристско-краеведческий слет имени Героя Советского Союза Мансура Идиятовича Абдуллина среди педагогических работников образовательных учреждений Орджоникидзевского района городского округа город Уфа Республики Башкортостан.

Таким образом, во время летних практик студенты учатся применять методики разработки основных и дополнительных образовательных программ, отдельных их компонентов, овладевают навыками проектирования дополнительной развивающей программы в соответствии с нормативными требованиями, технологиями проектной деятельности, методами и приемами, направленными на формирование и развитие профессиональной психологической наблюдательности, эмоционально-волевых и коммуникативных качеств. Важным этапом является овладение методиками разработки и техникой проведения школьной экскурсии, умение работать с краеведческими и информационными ресурсами.

Для развития системы подготовки кадров в туристско-краеведческой деятельности в Республике Башкортостан важно обеспечить преемственность уровней образования внутри вуза по

укрупненной группе направлений (специальностей): колледж БГПУ специализация «Туризм и гостеприимство» – ВУЗ Педагогическое образование направленность (профиль) Педагог дополнительного образования (туристско-краеведческой и естественно-научной направленностей – Магистратура 05.00.00. Науки о Земле, 44.04.06 Географическое образование.

Основными принципами функционирования системы непрерывной профессиональной подготовки мы видим через:

- реализацию индивидуальных образовательных траекторий;
- применение дуального и компетентностного подходов;
- переход от целевого набора к целевой подготовке;
- применение проектной деятельности в образовании;
- формирование социального образовательного заказа на подготовку специалистов для туристско-краеведческой сферы с использованием инновационных образовательных технологий и возможностей системы образования Республики Башкортостан;

*Вывод:* Концептуальный подход к организации и управлению профессиональной подготовкой специалистов в образовательной сфере туристско-краеведческой и естественно-научной направленностей позволяет решить ряд взаимосвязанных задач по реализации одного из разделов регионального Закона и целевой программы развития социального и детского туризма в Республике Башкортостан, используя научно-педагогические кадры и туристско-рекреационные ресурсы.

#### Список источников:

1. Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 05 мая 2018 г. № 298н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2018 г., регистрационный № 52016), приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652н [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/726730634> (дата обращения 23.03.2025).
2. Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. N 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 г. и плана мероприятий по ее реализации» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403709682/> (дата обращения 23.03.2025).
3. Serova O.V., Development of regional tourism on the example of the republic of Bashkortostan / G.E. Kudinova, A.G. Rozenberg, A.K. Kudinov, N.V. Lazareva: IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 818. — Bristol, 2021. — С. 12046.



## КОММУНИКАЦИЯ 2.0: НЕЙРОНАУКА И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ОБУЧЕНИИ

**Титова Н.С.**, доцент кафедры социальной психологии Института психологии им. Л.С. Выготского, Российский государственный гуманитарный университет, канд. психол. наук, [tir.prof@yandex.ru](mailto:tir.prof@yandex.ru)

**Цыганов М.В.**, руководитель IT-проектов, аспирант Российской Международной Академии Туризма, [lar@atlantisline.com](mailto:lar@atlantisline.com)

**Цыганов А.В.**, помощник заместителя Председателя Совфед, аспирант Российской Международной Академии Туризма, [lar@atlantisline.com](mailto:lar@atlantisline.com)

**Андропова (Цыганова) Н.В.**, руководитель проектов, Советник заместителя Председателя Совета Федерации РФ, [lar@atlantisline.com](mailto:lar@atlantisline.com)

**Аннотация.** Современная индустрия туризма переживает цифровую революцию, при этом возникает парадокс: клиенты требуют персонализированного подхода, а традиционные методы обучения персонала не могут обеспечить внедрение необходимых профессиональных навыков, оставаясь шаблонными и малоэффективными. В данной статье мы предлагаем рассмотреть инновационное решение - нейроадаптивную систему обучения, в которую интегрированы последние достижения нейронауки и искусственного интеллекта (ИИ). Наши исследования такого подхода демонстрируют впечатляющие результаты: повышение эффективности запоминания на 50%, снижение стресса сотрудников на 35% и рост индекса лояльности клиентов на 22 пункта. Особое внимание уделяется научной новизне подхода, который впервые адаптирует нейрокогнитивные технологии для специфических нужд туристической отрасли, сохраняя баланс между технологичностью и человечностью сервиса.

**Ключевые слова:** нейроадаптивное обучение, искусственный интеллект (ИИ), когнитивные стили, электроэнцефалография (ЭЭГ), персонализированный сервис, туристическое обучение.

## COMMUNICATION 2.0: NEUROSCIENCE AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM EDUCATION

**Titova N.S.**, Associate Professor, Department of Social Psychology, L.S. Vygotsky Institute of Psychology, Russian State University for the Humanities, Candidate of Psychologic Sciences

**Tsyganov M.V.**, Postgraduate student, Russian International Academy of Tourism, Head of IT projects

**Tsyganov A.V.**, Assistant to the Deputy Chairman of the Federation Council of the Russian Federation, Postgraduate student, Russian International Academy of Tourism

**Tsyganova (Andronova) N.V.**, Project manager, Advisor to the Deputy Chairman of the Federation Council

**Abstract.** The modern tourism industry is undergoing a digital revolution, and a paradox arises: clients demand a personalized approach, and traditional methods of staff training cannot ensure the introduction of the necessary professional skills, remaining formulaic and ineffective. In this article, we propose to consider an innovative solution - a neuroadaptive training system that integrates the latest achievements in neuroscience and artificial intelligence (AI). Our studies of this approach demonstrate impressive results: an increase in memorization efficiency by 50%, a decrease in employee stress by 35%, and an increase in the customer loyalty index by 22 points. Particular attention is paid to the scientific novelty of the approach, which for the first time adapts neurocognitive technologies to the specific needs of the tourism industry, maintaining a balance between the technological and humane nature of the service.

**Keywords:** neuroadaptive learning, artificial intelligence (AI), cognitive styles, electroencephalography (EEG), personalized service, tourism training.

## Введение

Современные вызовы туристической индустрии. Туристическая отрасль переживает цифровую революцию в туризме — мировая индустрия стоимостью 1,3 трлн долларов, где 70% путешественников требуют персонализированного сервиса. Это не просто тренд — это будущее туризма. Персонализация в работе с клиентом стала ключевым конкурентным преимуществом.

Однако существует огромная проблема: подготовка профессиональных кадров не поспевает за ожиданиями отрасли. Традиционные методы обучения — лекции, шаблонные тренинги — используются, но не интересны. Кроме того, 80% сотрудников испытывают стресс из-за их негибкости и оторванности от практики. В этой статье мы представляем решение, которое переворачивает представление об обучении в туризме: *нейроадаптивная модель*, объединяющая *нейронауку* и *искусственный интеллект* [4]. Это не просто тренировки — это трансформация, адаптирующая обучение под уникальные когнитивные и эмоциональные особенности каждого сотрудника, что повышает эффективность обучения, после которого сотрудники будут способны создавать исключительный, персонализированный опыт для гостей, тем самым повышая конкурентность компании.

## Методы

Сегодня необходимо применение технологий будущего, опирающихся на альянс *генеративного искусственного интеллекта* и *нейротехнологий*. Применение моделей искусственного интеллекта [3], такого как GPT-4o, создающих иммерсивные симуляции, подстроенные под любой стиль восприятия:

- *Визуалы* погружаются в трехмерные туры и инфографику.
- *Аудиалы* оттачивают навыки через диалоговые тренажеры.
- *Кинестетики* взаимодействуют с симуляторами виртуальной реальности.
- *Дигиталы* анализируют данные и тексты.

*Нейротехнологии* — электроэнцефалография для анализа мозговой активности, кодирование лица для распознавания эмоций, кожно-гальваническая реакция для измерения стресса — считывают состояние обучаемого в реальном времени. Эти данные питают *тьюторов на базе искусственного интеллекта*, которые мгновенно адаптируют процесс. А добавление человеческого коучинга создает *гибридную модель* — технологичную и человеческую одновременно.

Практические решения: всеобщая трансформация туристической индустрии [2]. Что можно применить на практике, преобразуя каждую сферу туризма? Например:

1. *Виртуальные симуляции*. Генеративный искусственный интеллект создает реалистичные сценарии, адаптированные под стили обучения. В гостиницах симуляторы виртуальной реальности Marriott ускорили обработку запросов на 30%. Туроператоры, такие как TUI, используют цифровые туры для обучения продажам сложных маршрутов. В музеях тренажеры дополненной реальности, тестируемые в Эрмитаже, готовят гидов к незабываемым экскурсиям. Будущее для малого бизнеса за применением мобильных версий.

2. *Нейро-тьюторы* [5]. На платформе BrainTrust нейро-тьюторы анализируют данные электроэнцефалографии в реальном времени. Lufthansa повысила вовлеченность бортпроводников на 35%, поддерживая восемь языков. Royal Caribbean тренирует экипаж для нестандартных ситуаций, таких как шторм или медицинские чрезвычайные происшествия. Event-агентства используют электроэнцефалографию для снижения стресса организаторов. Следующий шаг — применение портативных гарнитур электроэнцефалографии.

3. *Эмоциональный анализ на базе искусственного интеллекта* [1]. RealEyes на базе искусственного интеллекта распознает 42 микровыражения лица и 11 интонаций голоса. Starbucks обучает бариста читать эмоции клиентов. Спа-центры внедряют «эмоциональные зеркала», анализирующие улыбки по 18 параметрам. Teleperformance сократила жалобы в колл-центрах на 27%, применяя анализ интонаций клиентов. Интеграция с системами управления взаимоотношениями с клиентами, такими как Salesforce, делает персонализацию масштабной.

4. *Гибридные модели*. Магия возникает, когда искусственный интеллект сочетается с человеческим подходом. Биометрия — частота пульса, кожно-гальваническая реакция — и коучинг создают уникальный опыт. GetYourGuide обучает гидов через гибридные тренинги. Рейнджеры

Йеллоустона тренируются с коучингом в виртуальной реальности. Эрмитаж тестирует системы для экскурсоводов. Это технологии с человеческим сердцем.

Результаты: применение вышеперечисленных методов приводит к ошеломительному успеху, так фиксируются следующие результаты:

- 50% рост запоминаемости материала,
- 35% снижение стресса у сотрудников,
- 22 пункта прироста индекса потребительской лояльности.

TUI увеличила удовлетворенность клиентов на 17% с платформой EmotionSync. InterContinental сократила конфликты на 25% с аватарами на базе искусственного интеллекта. Это не просто данные — это доказательство смены парадигмы. Проанализируем применение.

### Визуализация данных

Таблица 1. Эффективность решений по секторам

| Сфера        | Технология            | Рост эффективности                       |
|--------------|-----------------------|------------------------------------------|
| Отели        | Виртуальные симуляции | +40% (скорость)                          |
| Авиакомпании | Нейро-тьюторы         | +35% (вовлеченность)                     |
| Рестораны    | Эмоциональный ИИ      | -27% (жалобы)                            |
| Музеи        | Гибридные модели      | +22% (индекс удовлетворенности клиентов) |

Источник: [2]

### Обсуждение

Применение искусственного интеллекта и нейротехнологий дает свои вызовы, требующие решения. Так у любой революции есть обратная сторона. Цифровое неравенство отсекает малый бизнес от пока еще дорогих систем. Дегуманизация угрожает потерей эмоциональной связи — японский отель Nippon потерял 20 пунктов индекса потребительской лояльности из-за избытка роботов [5]. Клиенты отмечали, что им не хватает эмоциональной вовлеченности и человечности.

Мы предлагаем наши решения:

— *Применять гибридные модели*, соединяющие искусственный интеллект с человеческим теплом.

— *Использовать доступные технологии*, такие как мобильные приложения и гарнитуры электроэнцефалографии для смартфонов.

— *Разработать этические стандарты* для работы с данными. Применение искусственного интеллекта и нейротехнологий требует разработки новых Этических стандартов, включающих такие как разработку специальных протоколов хранения нейроданных, право сотрудников на «цифровой отдых», применение прозрачные алгоритмы принятия решений ИИ.

Мы видим главную задачу в том, чтобы сбалансировать инновации и человечность.

Будущее, в котором происходит интеграция генеративного искусственного интеллекта в большинство сфер жизни, уже наступило. Нейронаука и искусственный интеллект перестали быть абстрактными концепциями: они становятся неотъемлемой частью реальности туристического бизнеса и образовательных процессов, сопровождающих его развитие. К 2030 году прогнозируется, что до 35% всех программ обучения в сфере туризма будут основаны на использовании нейроинтерфейсов — технологий, обеспечивающих прямую коммуникацию между мозгом и цифровыми системами для повышения эффективности усвоения знаний, формирования навыков и закрепления эмоций. Это революционный сдвиг, который требует от нас переосмысления роли технологий в подготовке кадров. Задача будущего — не просто механическая интеграция новых инструментов, а сознательная трансформация самого понимания процесса обучения: от стандартизированных методик к динамическим, нейроадаптивным маршрутам развития каждого специалиста. Мы стоим перед вызовом: научиться использовать возможности нейронаук и ИИ так, чтобы они не заменяли, а усиливали человеческую составляющую — ту самую эмпатию, искреннюю заботу и внимание, которые превращают обычную услугу в уникальный жизненный опыт для путешественника.

Нейроадаптивное обучение — это не просто оптимизация существующих тренингов. Это создание нового типа профессионала: чуткого, эмоционально осознанного, умеющего работать не только с задачами, но и с состояниями клиентов. Нейроинтерфейсы позволяют в реальном времени считывать уровень вовлеченности, эмоциональной отзывчивости и стрессоустойчивости обучающегося, создавая возможность для оперативной коррекции образовательного контента под индивидуальные особенности восприятия и мотивации. Но сами по себе технологии — это лишь инструменты. Истинная ценность возникает тогда, когда они используются для усиления тех качеств, которые делают человека Человеком: способности чувствовать, понимать, вдохновлять и сопереживать. Искусственный интеллект помогает анализировать микроэмоции, предугадывать реакции, оптимизировать траектории обучения, но именно живой контакт, поддерживающая атмосфера и уважение к внутреннему миру другого человека формируют ту самую «эмоциональную добавленную стоимость», которая становится определяющим фактором в индустрии впечатлений. Таким образом, одной из ключевых задач современного и будущего туристического образования становится создание сбалансированных экосистем, где нейротехнологии, цифровые двойники, системы адаптивного обучения и ИИ интегрированы с гуманистическими ценностями. Программы обучения должны не только формировать технические навыки, но и развивать эмоциональный интеллект, креативность, умение видеть за данными — личность. Важно понимать, что в условиях роста глобальной конкуренции именно способность компании предложить клиенту не просто услугу, а эмоцию, воспоминание, личную историю становится мощнейшим конкурентным преимуществом. И подготовка специалистов, способных создавать такие переживания, требует нового подхода, сочетающего глубокое понимание психологии восприятия, базовые знания нейронаук, навыки работы с цифровыми системами и безусловную приверженность принципам человечности.

Еще один исключительной важный вызов в этой теме, на котором мы хотим заострить внимание научного сообщества — этическая составляющая. Мы призываем создавать технологии, которые уважают человека. На фоне стремительного внедрения нейронаук и искусственного интеллекта в сферу туристического обучения особенно остро встает вопрос соблюдения этических норм. Чем глубже технологии проникают в когнитивную и эмоциональную сферу человека — тем выше должна быть наша ответственность за их использование. Нейроинтерфейсы способны регистрировать внимание, мотивацию, стресс, а генеративные модели искусственного интеллекта — анализировать эмоциональные паттерны и прогнозировать поведение человека. Эти возможности несут огромный потенциал, но при отсутствии четко сформулированных этических рамок могут превратиться в инструмент манипуляции, скрытого воздействия и нарушения личной автономии. Именно поэтому развитие технологий должно идти рука об руку с созданием прозрачных стандартов, защищающих права обучающихся и обеспечивающих добровольность, осознанность и безопасность всех форм взаимодействия. По нашему мнению, особое внимание необходимо уделять принципам конфиденциальности и недопустимости дискриминации. Персонализированные траектории обучения на основе нейроданных не должны приводить к дискриминации по когнитивным или эмоциональным признакам. Важно, чтобы каждое технологическое решение исходило из глубинного уважения к достоинству личности, ее неповторимости и праву на развитие в собственном темпе. Тем более, что возможности искусственного интеллекта уже сейчас позволяют это сделать. То, насколько генеративные модели искусственного интеллекта будут способны это сделать, во многом зависит от нас сегодня.

Туризм — это индустрия доверия. И если мы хотим формировать новое поколение профессионалов, способных не только использовать искусственный интеллект, но и вызывать искреннюю симпатию и уважение, мы обязаны с самого начала строить эти процессы на фундаменте этики. Только так можно создать устойчивую, гуманную и по-настоящему прогрессивную образовательную систему, где технологии усиливают, но не подменяют человеческое измерение.

Давайте зададим себе важный вопрос: какой образ будущего мы хотим видеть? Будущее, где технологические интерфейсы стерилизуют и обезличивают опыт, превращая путешествия в



стандартизированные транзакции? Или будущее, в котором технологии служат продолжением лучших человеческих качеств, помогая раскрывать уникальность каждого клиента, усиливать моменты радости, открытий и вдохновения? Мы верим во второй путь. Путь, в котором обучение становится живым процессом постоянного роста, взаимного обогащения и развития. Путь, в котором технологии позволяют персонализировать обучение до уровня глубинных когнитивных и эмоциональных особенностей человека, открывая тем самым новые горизонты эффективности, комфорта и доверия. Туризм — это отрасль о людях и для людей. И наша задача — сделать так, чтобы в новой реальности, где нейронауки и искусственный интеллект становятся повседневностью, человеческое тепло не исчезало, а наоборот, становилось еще более ощутимым, важным и ценным.

Будущее туристического обучения принадлежит тем, кто уже сегодня начинает строить мосты между технологиями и человечностью, между нейронными алгоритмами и живыми сердцами. Давайте вместе создавать это будущее — будущее, где каждое путешествие становится праздником эмоций, а каждая встреча с новым местом — событием, которое запоминается на всю жизнь благодаря тому, что технологии усилили, а не затмили нашу человеческую суть.

Будущее начинается сегодня. И мы способны сделать его таким, каким мечтаем его видеть.

### Заключение

Наше исследование доказало: нейроадаптивные технологии могут произвести революцию обучения в туризме, но требуют:

1. Поэтапного внедрения. Начинать с пилотов в крупных сетях, затем адаптировать решения для малого бизнеса.
2. Гибридного подхода. Сочетать точность ИИ с эмоциональным интеллектом человеческих тренеров.
3. Этического регулирования. Внедрять этические стандарты для защиты прав сотрудников.

Будущее уже наступило, так к 2030 году 35% тренингов в туризме будут использовать нейроинтерфейсы. Наша задача и возможность — внедрять технологии, сохраняя человеческое тепло, которое делает путешествия особенными. Нейроадаптивное обучение — это не просто улучшение тренингов, это создание профессионалов, способных подарить незабываемые впечатления. Давайте вместе создавать будущее, где технологии усиливают человечность, а туризм процветает как никогда.

### Список источников:

1. Collins S. Neuroscience for Learning and Development: How to Apply Neuroscience and Psychology for Improved Learning and Training Kogan Page. –2022.
2. Correia R., Barbosa B., Ratten V. AI Innovations for Travel and Tourism IGI Global, –2024. – Pp.12-24.
3. Faizan A., Anil B. Artificial Intelligence, Machine Learning, and Robot Applications // Hospitality Businesses Springer Nature. – 2024. – Pp.27-30.
4. Giovanni E.C. Creativity, Motivation, Neuroscience, AI and Their Future Springer – 2024. – Pp. 56-70.
5. Huijue J. Neuroscience for Artificial Intelligence // World Scientific Publishing. –2023.
6. Nuno A., João V., Maria J.C. The Role of Artificial Intelligence // Regenerative Tourism and Green Destinations Emerald Publishing. – 2023. – Pp. 105-111.

**«ГЕНОМ ТЕРРИТОРИИ» — ОСНОВА ЦЕЛОСТНОГО РАЗВИТИЯ**

**Громова Е.И.**, преподаватель Научно-образовательного центра программ МРА ИГСУ РАНХиГС, автор курсов «Маркетинг территорий. Брендинг городов», «Развитие территорий», преподаватель «Школы менеджмента экосистемного развития Живых городов», руководитель «Школы Ценностной психологии» Международного института развития (МИР), член экспертного совета кафедры «Интегральное развитие территорий» Академии социальных технологий (АСТ), [jennygrom@gmail.com](mailto:jennygrom@gmail.com)

**Терентьева В.И.**, преподаватель Научно-образовательного центра программ МРА ИГСУ РАНХиГС, автор курсов «Психологическая компетентность в управлении», «Конфликты и коммуникация», «Маркетинг и брендинг территорий», автор программы, руководитель «Школы менеджмента экосистемного развития Живых городов» Международного института развития (МИР), директор Международного института развития (МИР), заместитель зав. кафедры «Интегральное развитие территорий» Академии социальных технологий (АСТ), [Terentieva1006@gmail.com](mailto:Terentieva1006@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы необходимости целостного смыслового развития территорий для создания их туристической привлекательности на основе трансдисциплинарного подхода к проведению исследований по авторской технологии «Геном территорий», включающей раскрытие 24 кодов. Описана история, принципы и алгоритмы этой технологии при анализе различных территориальных кодов для раскрытия рекреационного и туристического потенциала возможностей целостного развития объекта изучения. Даны определения понятий «Геном территории» и «Код территории» в рамках трансдисциплинарного подхода. Рассмотрена архитектура Генома территорий посредством древнегреческой атрибутивной концепции симметрии пространства-времени через физические характеристики, связанные с геометрической моделью пространственно-временного континуума Г. Минковского и Теорией относительности А. Эйнштейна. При этом время и пространство в данном случае носят трансдисциплинарный характер, что определяет индивидуальные особенности каждой территории, ее возможности и перспективы. Приведены примеры эффективного использования особенностей территорий для формирования их туристической привлекательности и раскрытия возможностей целостного развития через 24 уникальных территориальных кода, которые передаются от поколения к поколению и каждым поколением наращиваются, определяя социокультурное предназначение территории.

**Ключевые слова:** Геном территории, территориальные коды, Ценностный код территории, пространственно-временной континуум, туристическая привлекательность, смысловое развитие рекреаций, трансдисциплинарный подход, социокультурное предназначение территории.

**«THE GENOME OF THE TERRITORY» IS THE BASIS FOR THE INTEGRAL DEVELOPMENT OF THE TERRITORY**

**Gromova E.I.**, Lecturer at the Research and Education Center for MPA programs of IPACS RANEPa, Author of the courses «Marketing of territories. Urban branding», «Territorial development», Lecturer at the School of Management of Ecosystem Development of Living Cities, Head of the School of Value Psychology of the

*International Development Institute (IDI), Member of the Expert Council of the Department of «Integral development of territories» of the Academy of Social Technologies (ACT)*

**Terentieva V.I.**, *Lecturer at the Research and Education Center for MPA programs of IPACS RANEPa, Author of the courses «Psychological competence in management», «Conflicts and communication», «Marketing and branding of territories», author of the program, Head of the School of Management of Ecosystem Development of Living Cities of the International Development Institute (IDI), Director of the International Development Institute (IDI), Deputy Head of the Department of «Integral Development of Territories» of the Academy of Social Technologies (AST)*

**Abstract.** *The article discusses the necessity of integral holistic development of territories to create their tourist attractiveness on the basis of a transdisciplinary approach to research using the author's technology "Genome of Territories", which includes the disclosure of 24 codes. The history, principles and algorithms of this technology in the analysis of various territorial codes for revealing the recreational and tourist potential of the possibilities of holistic development of the object of study are described. Definitions of the concepts of "Genome of Territories" and "Territory Code" within the framework of the transdisciplinary approach. The architectonics of the genome of territories is considered by means of the ancient Greek attributive concept of space-time symmetry through physical characteristics associated with the geometric model of the space-time continuum by G. Minkowski and the Theory of Relativity by A. Einstein. At the same time, time and space in this case are transdisciplinary, which determines the individual characteristics of each territory, its capabilities and prospects. Examples are given effective use of the features of territories to form their tourist attractiveness and reveal the possibilities of holistic development through 24 unique territorial codes, which are passed from generation to generation and are increased by each generation, determining the socio-cultural purpose of the territory.*

**Keywords:** *Territory genome, territorial codes, Value code of the territory, spatiotemporal model, the space-time continuum, tourist attractiveness, holistic development of recreations, transdisciplinary approach, socio-cultural purpose of the territory.*

## Введение

Сегодня в эпоху глобальных перемен и необходимости активации туристической привлекательности территорий для повышения горизонтальной мобильности населения страны требуются не только фундаментальные и прикладные исследования, но и трансдисциплинарные, то есть те, которые позволяют проводить многофакторный анализ всех возможных параметров (географических, исторических, этнографических, психологических, демографических, экономических, инвестиционных и др.) для целостного развития территорий.

Дело в том, что формирование туристической привлекательности территории невозможно без ее многоуровневого целостного развития. Конечно, речь, в первую очередь, идет о создании аутентичных месту туристических продуктов, но необходимы также и объекты инфраструктуры, их обеспечивающие (музеи, театры, кинотеатры, гостиницы, транспорт, рестораны и кафе, магазины и торговые центры, банки и т.д.). Нельзя забывать и о кадрах, то есть тех людях, которые смогут на высоком уровне обслуживать не только индустрию гостеприимства, но и всю территориальную инфраструктуру.

Мы выступаем за системный и комплексный подход, дающий целостность и смысловую наполненность образу территории. Так получаются устойчивые символические ментальные конструкции — бренды, которые делают территорию ценной, создают притягательность для тех, кто может продлить ее жизнь или возродить. Для тех, кто ей полезен для развития и роста.

Целостность развития территории — это гарантия туристической привлекательности. Однако, проблема заключается в том, что большинство проводимых исследований на сегодняшний день носят фрагментарный, то есть узкоспециализированный и специализированный характер.

Геном территории — это, конечно, аллегория. Но мы остановились именно на этой формулировке, потому что она лучше всего отражает смысл тех параметров, которые необходимо

открыть и изучить относительно туристического потенциала любой территории перед тем, как начать заниматься ее позиционированием, брендингом и развитием.

Эта исследовательская и аналитическая фаза «открытий» необходима, чтобы узнать и понять скрытый туристический потенциал территории. Тот, который зачастую не виден и самим жителям. Особенно тогда, когда уже много упущено, утрачено, разрушено. Только, изучив досконально всю базовую информацию о территории, можно открыть удивительные, вдохновляющие факты, развитие потенциала которых может изменить отношение людей к непривлекательным и даже опасным территориям. Однако, следует понимать, что это возможно только в том случае, если действовать по определенному алгоритму системно и последовательно.

Мы предлагаем глубоко проработанную трансдисциплинарную технологию анализа территорий, которая не только объединяет методы из разных предметных областей знаний, но и создает целостную смысловую базу для принятия стратегических и тактических решений по развитию территорий, включая рекреационные зоны, объекты индустрии гостеприимства и аутентичные туристические продукты по различным направлениям.

### Предыстория

В январе 2014 года, мы окончательно собрали и объединили инструменты поиска смысловой наполненности территорий в одну верхне-уровневую модель, которую назвали «Геном территорий». Хотя работа над разработкой территориальных кодов началась гораздо раньше.

Причиной активной работы над систематизацией территориальных кодов послужило большое число заказов от девелоперов по изучению и развитию неосвоенных территорий для создания жилых массивов, по созданию загородных поселков, по разработке рекреационных пространств и отелей нового уровня, а также по созданию абсолютно уникальных креативных концепций по оживлению промышленных зон. В стране началась трансформация городской среды, рекреационных зон и туристических объектов, где каждый проект должен был отражать суть места.

В основу Генома территорий лег многолетний опыт психологических, социологических и маркетинговых исследований территорий разного масштаба в рамках разнообразных исследовательских и консалтинговых проектов, включая изучение Северных стран при продвижении их туристической привлекательности на российском рынке.

Результаты анализа открыли нам, казалось бы, очевидную истину – все территории очень разные. Каждый двор, каждый район, каждый город, регион или страна имеют свои отличительные черты, как и люди.

Так родилась сама идея, рассматривать и анализировать потенциал и ресурсы территорий как текст генетического кода человека — *геном*, базу которого невозможно изменить, потому что она носит наследственный характер, то есть *передается из поколения в поколение и каждым поколением наращивается*.

Само название технологии, которой посвящена эта статья, предполагает множество вопросов. Прежде чем ответить на вопрос, почему Геном территории является основой ее целостного развития, нам бы хотелось дать подробное описание того, что мы имеем в виду, употребляя термин «Геном территории».

### Технологическая модель генома территории (MGT)

Для того, чтобы перейти к самой модели Генома территории (MGT), остановимся сначала на нескольких определениях, которые, казалось бы, не имеют прямого отношения к территориям. Однако, мы считаем, что понимание изначального их значения позволяет более глубоко понять содержательную сторону предлагаемой нами трансдисциплинарной авторской модели.

Прежде всего, это касается понятий из области передачи информации, в частности, «код» и «система территориальных кодов», конечно же ряда ключевых определений из генетики, таких понятий как: «ген», «геном», а также понятий из области физики, а точнее ее раздела «Теория относительности»: «пространство», «время», «пространственно-временной континуум».

Итак, начнем с хорошо всем знакомого слова «код». Оно относится к тем понятиям, которые каждый определяет для себя по-своему, поскольку сталкивается с ними регулярно в повседневной жизни. Так, например, Р. Барт, французский теоретик постструктурализма, в своей концепции «кода» отошел от логической стройности понятийного аппарата структуралистов. В своих работах



он и понимал под кодом «определенные типы уже виденного, уже читанного, уже сделанного. В его представлении, код — это конкретная форма «уже состоявшегося». Р. Барт выделяет пять кодов: культурный, герменевтический, символический, семиотический и нарративный [1].

Следует отметить, что для нас понятие «код» в контексте обозреваемой темы является чрезвычайно важным. Говоря слово «код», мы подразумеваем не просто систему символов, предназначенную для защиты (коды охранных устройств на дверях, сейфах и т.п.), в том числе данных (ПИН-коды на телефоне, компьютере, банковской карточке и т.п.), или передачи данных (системный код, программный код и т.п.). *Под словом «код» мы подразумеваем систему хранения информации в «свернутом» виде, которую можно «развернуть» лишь путем декодирования, открыв изначальное значение и смысл каждого символа.*

Мы со своей стороны считаем, что наилучшим образом система наследуемых кодов отражена в понятии, которое пришло к нам из генетики. Эта система кодов называется «ген» — *структурно-функциональная единица наследственного потенциала, отвечающая за формирование определенного признака/характеристики.* По сути, каждый Территориальный код — это своеобразный ген, отвечающий за формирование определенного признака территории.

Любая территория, как и человек имеет свой личный уникальный набор кодов или Геном. Мы определяем Геном территории, как *систему территориальных кодов – алгоритм соотношения определенной комбинации уникальных признаков, возникших на территории в ходе ее естественного развития и/или созданных в ходе развития общества (символов, знаков, образов, звуков или сигналов), с типом и формой организации жизни и деятельности людей, а также с материальными и духовными ценностями, которые неотторжимо связаны с конкретной территорией* [2].

Геном территории, как и человека, формируется последовательно и постепенно при взаимодействии людей в условиях пространства и времени, которые имеют объективный характер, неразрывно связаны друг с другом и бесконечны. Обе эти философские категории обладают универсальными свойствами:

- У времени — это длительность, неповторяемость, необратимость;
- У пространства — протяженность, единство прерывности и непрерывности.

Характерность, смысловую наполненность и значимость этим понятиям придают люди через отношение к своей земле и событиям, которые происходили, происходят или будут происходить на конкретной территории.

Такой концепт отражает источники формирования тех или иных особенностей *Генома территорий*, а значит и путь, который прошла территория из прошлого в будущее через пространство и время.

Для отражения этого смысла, как нельзя лучше подошла атрибутивная концепция симметрии пространства-времени. В древности такая позиция была близка Аристотелю и Августину. Атрибутивная концепция согласуется с современными представлениями ученых, в том числе с общей теорией относительности Альберта Эйнштейна.

Идею о едином пространственно-временном континууме в конце XIX века предложил немецкий математик и физик Г. Минковский, поэтому четырехмерный пространственно-временной континуум называют миром Минковского. В этом мире положение тела может быть определено с помощью четырех величин: трех пространственных и одной временной. Мы предлагаем рассматривать формирование Генома территорий (MGT) в «обратном» четырехмерном пространственно-временном континууме.

В этом случае Геном территории определяется набором характеристик с помощью четырех комплексных величин: трех временных и одной пространственной. Почему трех временных величин? Потому что Геном Территории формируется под влиянием прошлого, настоящего и будущего. Почему одной пространственной? Потому что для каждой территории свой Геном.

В данном случае мы говорим об одной объемной территории, рассматривая ее, как одну условно неизменную пространственную величину (рис. 1).

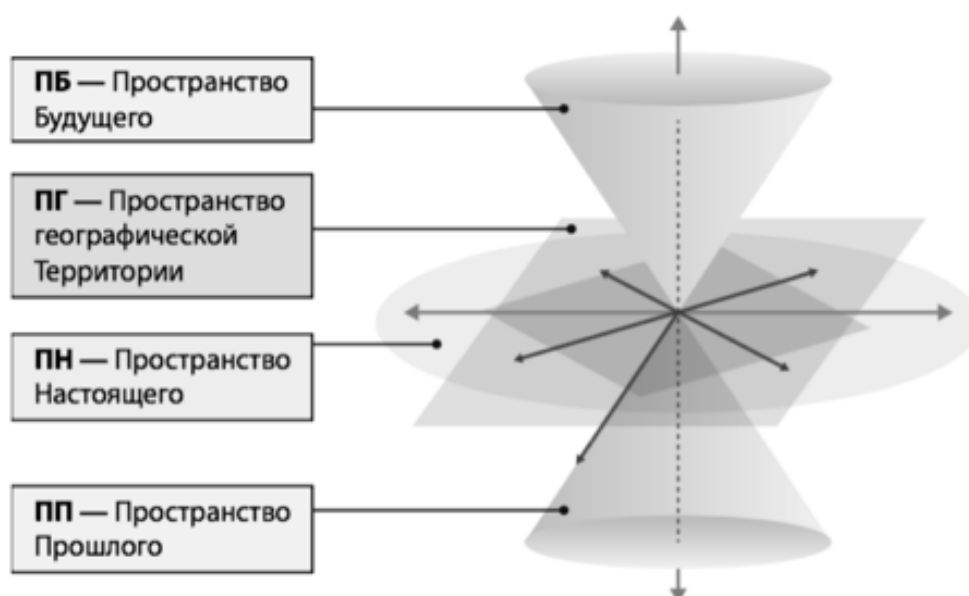


Рис. 1. Модель обратного четырехмерного пространственно-временного континуума  
Источник: [2].

Все области Генома территории неразрывно связаны между собой. Без прошлого нет настоящего, без настоящего нет будущего. Все это основано на неизменном. Геном Территории, как и любой другой, состоит из наборов определенных кодов, которые пронизывают пространственно-временной континуум и составляют матричную основу самого Генома.

Они формируются под влиянием ценностей и событий прошлого, социальных, политических и экономических условий настоящего, идей и планов относительно будущего, экологических и географических факторов условно неизменного состояния самой территории. Среди 24 основополагающих кодов территории мы выделяем 4 категориальные области Генома, каждая из которых включает в себя 6 уникальных системных кодов или гексад (рис. 2).



Рис. 2. Модель Генома территории (MGT). Коды и категориальные области  
(Автор модели: Евгения Громова, 2014 г.). Дизайн модели: Вера Терентьева.  
Источник: [2].

При этом, важно отметить, что, в рамках предлагаемой нами модели Генома территорий (MGT) в «обратном» четырехмерном пространственно-временном континууме, категории «пространство» и «время» без учета человеческого фактора не имеют смысла. Таким образом мы имеем географически детерминированный социально-психологический подход к технологии анализа

территорий на основе MGT.

### Области MGT и входящие в них гексады кодов

В первую область Генома территории — «Неизменное» входит гексада, связанная с местоположением территории и определяемая шестью Геокодами.

- Геодезический код: координаты местоположения на планете, измерение земельных площадей территории
- Геоморфологический код: рельеф местности в историческом контексте, динамика и особенности его развития
- Гидрографический код: реки, озера, болота, моря, океаны, подземные воды, минеральные и горячие источники – все богатство водных ресурсов
- Климатический код: погода, смена времен года, диапазон температур и все то, что формирует климатическую уникальность места
- Природный код: биология, растительность, животный мир, микроорганизмы
- Геологический: петрография, почвоведение, полезные ископаемые и все то, чем богаты территориальные недра

Геокоды однозначно перекликаются, а можно сказать, что и отражают такую концепцию, как географический детерминизм — учение, согласно которому развитие общества, причины войн и революций, человеческие обычаи, нравы имеют «естественное происхождение» и определяются прежде всего географической средой. Данный подход имеет многовековые корни и является одним из проявлений натурализма. В конце XIX века появился термин: геополитика. Он является прямым наследником географического детерминизма.

Этот подход появился в Северных странах и был введен шведским ученым и политиком Ю.Р. Челленом (1846-1922). Сам подход можно квалифицировать как учение о государстве, которое представляется в виде геобиологического организма, стремящегося к постоянному расширению. Внешняя политика государств, согласно этой версии геополитики, в основном определяется географическими факторами (климатом, местоположением, природными ресурсами, темпами роста народонаселения) [7]. Современные геополитические версии стремятся отделить геополитику от концепта географического детерминизма и рассматривают геополитический потенциал страны как один из важных факторов международных отношений [5].

Мы, со своей стороны, воспринимаем географический детерминизм, как одно из учений, которое может в какой-то мере объяснить взаимосвязь кодов Генома территорий и их влияние на выбор пути развития той или иной страной. Однако, не считаем его основополагающей идеей нашей модели и технологии анализа.

Во вторую область Генома территории — «Прошлое» входит гексада, связанная с этнокультурной ценностно детерминированной социально-психологической составляющей территории и определяемая шестью Психосодами, которые неразрывно связаны с историческим прошлым территории.

- Антропологический код: особенности появления человека на территории, его становление и развитие в естественной (природной) и искусственной (культурной) среде
- Этнографический код: этнографические и полиэтнические особенности населения
- Культурный код: особенности речи, жизненного уклада, материального и нематериального культурного наследия, включая сказания и сказки
- Архетипический код: территориальные особенности коллективного бессознательного, формирующие устойчивые поведенческие роли
- Ценностный код: сочетание смыслообразующих ценностей, свойственных жителям конкретной территории, формирующим образом влияющих на выбор направлений и стремлений
- Социально-психологический код: сложившиеся закономерности поведения и деятельности людей, преобладающие на территории социальные группы и их психологические характеристики

Это сложно-трансформируемая часть Генома территории, поскольку ее коды хранятся и передаются не только из поколения в поколение жителей, но и раскрываются или могут быть

раскрыты в процессе антропологических, этнографических, культурологических, археологических и иных исследований, обращенных в изучение прошлого.

В *третью область Генома территории* — «Настоящее» входит *гексада*, связанная с управлением теми ресурсами, которыми обладает или может обладать территория в современности и определяемая шестью *Экосистемными* или *Экокодами*.

- Социально-демографический код: состав населения и демографическая динамика
- Экологический код: состояние природной среды, ее чистоты / загрязненности, а также технологий, необходимых для экологического баланса
- Экономический код: особенности экономики территории и ее динамики
- Отраслевой код: отраслевой профиль территории, в том числе технологический
- Инвестиционный код: профиль инвестиционной привлекательности
- Инфраструктурный код: уровень и состояние инфраструктуры

Это трансформируемая часть Генома территории, каждый код которой можно нарастить или разрушить. И здесь огромную роль играет человеческий фактор, поскольку состояние экосистемы города, области, региона, страны, да и любой другой территории зависит от ее субъектности, то есть тех управленческих решений, мотивационных и поведенческих предпочтений жителей, которые формируют эту область Генома территории ежедневно.

В *четвертую область Генома территории* — «Будущее» входит *гексада*, связанная с активацией притягательности территории, как для жителей, так и для гостей. Это развиваемая область Генома состоит из смысловых конструкторов разного уровня и определяется шестью *Смыслокодами*, которые раскрывают предназначение территории, что дает опору стратегии, формирует смысловое ядро территории в виде бренда и высоко значимых ценностей, воплощающих мечты жителей.

- Код предназначения: на какой запрос человечества отвечает территория своим существованием и развитием
- Идеологический код: концентрат жизненной философии, которая является естественной, опорной и притягательной, формирующей долгосрочные стремления
- Стратегический код развития: опорные точки развития, которые позволят сохранить устойчивость и необходимую гибкость движения
- Код позиционирования (5 LP): пять уровней позиционирования для выявления уникальности и привлекательности для конкретных целевых групп
- Бренд код: притягательная и вдохновляющая идея, ядро ментальной конструкции, которая находится в сознании потребителей (в соответствии с позиционированием) и влияет на поведение
- Коммуникационный код: что, где и кому имеет смысл рассказывать о территории, чтобы привлечь к ней деятельное внимание и ресурсы.

Коды этой гексады принадлежат, прежде всего, к сфере территориальной ментальности, так как представляют собой систему определенных связей, объединяющих идеи жителей в лице «команды перемен», тех, кто стремится постигнуть, воплотить в жизнь и отразить в символах те смыслы, которые заключены во всех и в каждом коде территории.

*Смыслокоды* находятся на различных уровнях общественного сознания и за его пределами. Для их выявления и исследования на каждом уровне мы предлагаем специальную стратегическую сессию в виде деловой игры, в которой участвуют представители общества, бизнеса и власти, как ведущие силы преобразования территории.

Для работы с некоторыми аспектами используются специальные инструменты. Например, ценностная типология VTGG для выявления Ценностных кодов [4] или 5LP (Пять ступеней позиционирования) для работы с кодом позиционирования [3].

Позиционирование — это не единичное действие, не процесс, не способ, не место и не идея, а результат поиска набора отличительных характеристик конкретной территории. Применение предлагаемого пятиуровневого алгоритма обеспечивает эффективный результат поиска уникальных идентификаторов территории на каждом из пяти уровней, что создает аутентичный профиль территориального бренда.



Анализируя совокупность идентификаторов территорий в рамках предлагаемой технологии, мы можем выделить среди них те, которые являются дифференцирующими и выражаются как «пики» профиля бренда.

Мы выявили в своей исследовательской практике, что абсолютное большинство территорий всех категорий (континент, страна, регион, город, район, заповедник или что-либо еще) в сознании представителей ЦА наделены характеристиками, которые можно отнести к одной из пяти ступеней позиционирования, ответив на пять ключевых вопросов: «Для кого? Что? Как? Почему? Зачем?» (рис. 3).



Рис. 3. Модель Пять ступеней позиционирования (5LP). Автор модели: Евгения Громова, 2000 г. Источник: [3]

Набор шести Смыслокодов, которые мы выделяем, к пониманию и применению которых стремимся, тем самым приближая себя к постижению смысла, концепции развития территории, зависят от характера интерпретационной системы, и целей, поставленных перед исследователем [6].

В основу нашего подхода к дешифровке *Смыслокодов* положено стремление оттолкнуться от «понятийного мышления» и постараться увидеть весь потенциал и возможности территории и ее перспективы.

Мы рассматриваем этот подход как уникальную возможность воплощения жизненного и творческого опыта, способного «преобразовать» воспринимающее сознание жителей относительно окружающего их мира. Таким образом, для нас чрезвычайно важным оказывается факт не преодоления временной дистанции, а сохранения ее как необходимого компонента основания герменевтической системы, поскольку именно эта дистанция дает возможность увидеть и оценить временной характер эволюции сознания участников деловой игры, отраженного в созданном ими образе будущего.

### Методы сбора и анализа материалов

Каждый код модели Генома территории многомерен и все они связаны между собой. Изучение предполагает глубокое погружение, чтобы выявить особенности конкретной территории и помочь достойно ответить на вызовы времени. Сам ход работ по сбору и анализу материалов таков:

- Desk Research (Кабинетное исследование) – подбор, систематизация и анализ открытых источников информации
- Описание результатов исследования по авторской технологии «Геном территорий».
- Проведение Деловой игры с участием представителей общественности, бизнеса и власти для создания «образа будущего» с использованием целого ряда авторских методов и

технологий.

- Систематизация полученных данных при помощи расширенного SWOT-анализа по каждому из 24 кодов.
- Формирование профайлов по каждому из 24 кодов «Генома территории».
- Создание концепции территориального развития, стратегии развития, зонтичного бренда и дорожной карты реализации ключевых проектов.

Сам подход к анализу покажет путь каждому, кто захочет применить эту технологию на практике для развития своих территорий. Потенциал есть у любой территории, вопрос в том, как выявить ключевые точки роста и активировать ресурс для их оживления. Несмотря на тот факт, что все коды MGT важны и увязаны между собой, тем не менее, для каждой территории существуют коды, которые формируют ее суть и определяют путь развития.

### Заключение

Когда мы хотим управлять развитием, важно понять следующее: *«Управление развитием – это управление будущим. Это идеологическая работа на ценностном уровне. Это серьезная стратегически ориентированная работа с мотивацией. Управление будущим – это управление стремлениями»*<sup>8</sup>.

Можно ли управлять будущим? Да. Будущее нужно создавать. *У нас есть настоящее лишь потому, что для кого-то оно было будущим.* И мы относимся к этому уже проделанному труду с благодарностью и уважением. Наша задача – не останавливаться и *улучшать мир вокруг себя в каждом конкретном месте пребывания.* Тогда будущее будет радовать и нас, и наших потомков.

Ничто не возникает «с нуля». *Этот мир уже существовал до нас и будет жить, если мы приложим свои созидательные усилия.* Эта работа требует глубокого и целостного подхода, для которого нам (человеку и человечеству) необходимо понимание системы координат существования каждого места во времени и пространстве, в том числе, понимание причин и задач его развития или угасания.

### Список источников:

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт, пер. с фр. / Сост. Г.К. Косикова. – М. — 1989. – С. 455.
2. Громова Е.И. Геном территории. Исследовательская аналитическая модель // Методическое пособие в виде сборника статей. Живые города: руководство к действию для городских героев. — М.: Живые города. — 2020. — 152 с.
3. Громова Е.И. Конструирование бренда 5LP (Five Level Positioning) / Е.И. Громова, М.В. Герасимова. [перепечатка статьи из журнала Top Manager] // Энциклопедия маркетинга. Дата публикации: 27.08.2007. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/5level\\_positioning.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/5level_positioning.htm) (Дата обращения: 13.05.2025).
4. Громова Е.И. Ценностный код личности / Е.И. Громова, Е.И. Терентьева, М.В. Герасимова. – СПб., Питер. — 2025. – 370 с.
5. Кириленко Г.Г., Шевцов Е.В. Краткий философский словарь. – М. — 2010. — С. 64-65.
6. Хайдеггер М. Время и бытие // Разговор на проселочной дороге. — М. — 1991. — С. 80–102.
7. Челлен Р. О политической науке, ее соотношении с другими отраслями знания и об изучении политического пространства // Полис. Политические исследования: журнал / пер. со швед. М. А. Исаева. — 2005. — С. 115—126.

<sup>8</sup> Определение дано Валерией Терентьевой, представлено на лекции в РАНХиГС (2016 г.).

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ФОРМАТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

**Крузе Ю.Л.,** доцент кафедры культурологии, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, канд. юрид. наук,  
*Julia.kruze@tm-service.ooo*

**Аннотация.** Представлены результаты для территорий и сообществ, общие черты и отличия исследовательских экспедиций и лабораторий, организованных и проведенных при участии экспертов сообщества «Городские герои» на примере двух территорий – города Сеgezha в республике Карелия и в Воронеже. Выделены условия, факторы успешного вовлечения местных сообществ в исследование символических и иных ресурсов территорий, построения на их основе экскурсионных маршрутов и туристических инициатив, проектов. Проведен краткий анализ методологии работы в вышеуказанных исследовательских форматах, обозначены основные направления междисциплинарного исследования территорий.

**Ключевые слова:** символические ресурсы, социальный капитал, картирование территории, экскурсионные маршруты, местные инициативы, туристические предложения.

## RESEARCH FORMATS IN FORMATION OF TOURIST OFFERS

**Kruze Yu.L.,** Associate Professor, Department of Cultural Studies, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, Candidate of Law

**Abstract.** The article presents the results for territories and communities, common features and differences of research expeditions and laboratories organized and conducted with the participation of experts from the "City Heroes" community using the example of two territories - the city of Segezha in the Republic of Karelia and in Voronezh. The article highlights the conditions and factors for the successful involvement of local communities in the study of symbolic and other resources of territories, the construction of excursion routes and tourist initiatives and projects based on them. A brief analysis of the methodology of work in the above research formats is provided, and the main directions of interdisciplinary research of territories are outlined.

**Key words:** symbolic resources, social capital, territorial mapping, excursion routes, local initiatives, tourist offers.

В публикациях, посвященных въездному туризму в РФ прослеживаются два основных тезиса: 1) – потенциал и ресурсы безграничны; 2) упаковка туристических предложений оставляет желать лучшего и вообще, с учетом видимого окончания конфликтных ситуаций в международной сфере пик насыщения местного российского туризма пройден. «... Получается вместо уникальной фишки одного-двух городов, которая и формировала их, извините за выражение, туристическую привлекательность и идентичность, представляет совершенно типовый набор... Все знали, что в Мышкине есть Музей мыши — и это было уникально, в этом был местный бренд, этим и привлекали. Теперь же к нему добавились музей козла в Твери, музеи котов или сов в Зеленоградске, музей лягушек в Дмитрове, музей волка в Тамбове и еще несколько подобных... и, увы, довольно однотипных. А что уж говорить о сделанных как будто под копирку музеях «советского детства» (названия могут различаться, наполнение — никогда), на которые ты обязательно наткнешься хоть в Звенигороде, хоть в Сергиевом Посаде, хоть в Екатеринбурге, Казани или Воронеже. Один раз мило, второй скучновато, ну а в третий просто не пойдешь...» [9].

Действительно, распространенным способом актуальной экономической адаптации территорий является развитие туризма на основе культурно-исторического наследия, рекреационных, индустриальных и символических ресурсов. Новейшее законодательство РФ в

сфере креативных индустрий с точки зрения территориальной привязки субъектов творческих (креативных) индустрий определило, что локальные творческие (креативные) индустрии - это «совокупность субъектов, деятельность которых направлена преимущественно на создание рабочих мест, обустройство и достижение привлекательности, в том числе туристской, конкретных территорий» [3].

Таким образом, локальные креативные индустрии на прямую связаны с туристической привлекательностью территорий. И если далеко не во всех территориях есть благоприятная экологическая обстановка, благоустроенная природная среда, интересные дружелюбные бизнесы, производства, открытые для посещений не только для профорientации, сохранившиеся объекты культурного наследия (ОКН) в пригодном для эксплуатации виде, то символические ресурсы есть везде.

Символические ресурсы сочетают в себе совершенно разные явления из материальных объектов, и нематериальных символов, включая: даты, события, известных и интересных людей, «гениев места», исторические места, события, рынки, товары, легенды и байки, гастрономические «бренды», животные, растения, связи, запахи, памятники-мемориалы, памятники истории и культуры, архитектуру, музеи, мифы и легенды, музыку, изустную память, топонимику, ремесленные традиции и промыслы, художественные практики и т.д. Безусловно, символические ресурсы являются предметом междисциплинарных исследований. Совокупность символических ресурсов территории считается ее символическим капиталом.

Н.Г. Федотова определяет символический капитал места (территории) - как структуру, включающую два элемента:

«а) узнавание территории - идентификационный потенциал, обеспечивающий территории узнавание и известность, отождествление места с теми или иными образами (персонажами, памятниками, природой, брендами и пр.);

б) позитивная оценка территории - потенциал престижности и доверия, обеспечивающий территории наличие позитивных ассоциаций, ценностей и повышение ее рейтинговых показателей, положительной репутации (например, экологически чистый город). Символический капитал – это «совокупность значимых элементов (смыслов) территориальной среды, которые обеспечивают локальному месту узнавание, известность, престиж, доверие к нему со стороны различных социальных групп и формулирует проблематику работы с символическим ресурсом: объективно измерить и зафиксировать символический капитал той или иной территории весьма сложно в силу его символической природы» [10].

Сложность работы с символическим капиталом связана так же с отсутствием в бизнесе и в органах власти агентств по развитию территорий навыков и компетенций по включению символических ресурсов в экономику наследия и формированию на его основе туристических предложений. Но прежде туристов, символический капитал и культурно-историческое наследие может быть «открыто», «присвоено» и «освоено» местными сообществами, часто связанными с локальными креативными индустриями.

«Надо добиться такого положения, когда вблизи радуются, а издалека стремятся прийти» - выражение, приписываемое Конфуцию, является прямым руководством к теме исследовательских форматов в формировании туристических предложений. То есть прежде, чем пойдет туристический поток из приезжих, местные жители – энтузиасты и профессионалы через исследовательскую и экскурсионную практики тоже могут осознать и проявить свою причастность к историко-культурному наследию. Когда выявленные символы близки жителям, являются частью их повседневной жизни, локальные экскурсии и въездной туризм получают развитие «снизу вверх» – музеи, гостиницы, кафе во многом создаются местными предпринимателями и активистами, формируются музейные, творческие кластеры, территория получает мощный импульс развития «изнутри», например известный на всю страну музейно-туристический кластер в Коломне [5].

В урбанистической литературе уже отмечалось, что конкурентоспособность территории напрямую зависит и от социального капитала его жителей и организаций, что проявляется в способности локального сообщества адаптироваться к изменениям внешней среды, производить инновации. С. Циленбах отметил эффект социального капитала, проявившийся в том, что



индивиды, демонстрируя более высокий уровень доверия друг к другу, более активно включаются в деятельность, способствующую развитию территории, а не только приносящую индивидуальную выгоду [13].

Таким образом в формировании туристических предложений возникает социальная компонента - социальный капитал на территории. Будем рассматривать его как совокупность форм доверия и норм в обществе (сообществе), приносящих его членам выгоду и делающих возможной самоорганизацию граждан, при наличии сетей социальных отношений, характеризующихся нормами доверия и взаимности, уровнем вовлеченности в них людей и создаваемых в них полезных для общества, социальных групп внешних эффектов, результатов, генерируемых таким социальным взаимодействием.

Цель настоящей публикации – обобщить результаты форматов интенсивных урбанистических экспедиций и лабораторий, организованных и проведенных при участии экспертов Агентства креативного развития территорий «Городские герои», далее «АКРат ГоГе» и членов его одноименного сообщества, далее «городские герои», показать, что:

- через формирование новых исследовательских практик дополняется человеческий капитал участников этих интенсивов;
- исследовательские форматы успешно изучают символические ресурсы территорий;
- через интерпретации и ассоциативные связи формируется цепочка «символ-идея-проект» (методика интерпретации и ассоциативных связей, применяемая для проектирования вокруг каждого выявленного символа наследия основана на авторской методике Ойнаса Д.Б. «ромашки смыслов» и инфраструктурно-сервисной модели [4];
- происходит наращивание социального и человеческого капитала за счет совместного участия представителей местных сообществ и экспертов из сообщества «Городские герои»;
- участники интенсивов получают личный опыт преобразования отдельного события в деятельность сообщества;
- через самоопределение и взятие ответственности на себя вокруг выбранных символов формируются проектные команды;
- из локальных проектных команд формируется сообщество с «распределенным» лидерством по аналогии с городскими героями;
- происходит увеличение социальных связей внутри сообществ и проектов жителей одной территории;
- устанавливаются партнерские связи с подобными проектами и их командами из других территорий, входящих в горизонтальное распределенное сообщество «Городские герои»;
- раскрываются символические ресурсы на первый взгляд не «туристических» локаций;
- формируется универсальный подход, не зависимо от количества жителей, статуса населенного пункта и его места расположения на карте, в центре или на периферии;
- формируются туристические предложения, рассчитанные сначала на «внутренних» туристов, самих жителей этих городов и создается спрос со стороны.

В географию исследовательских практик Городских героев входит более двадцати территорий: от Карелии до Башкирии, от Пермского до Ставропольского края. Сообщество складывается постепенно из участников исследовательских форматов, которые в свою очередь в основном прошли обучение в образовательном проекте «Школа городских героев» [6].

В качестве признанного профессиональным туристическим сообществом РФ достижения и успешного проекта, курируемого с 2020 года по настоящее время экспертами и членами сообщества «Городских героев», выступает пространство «Чирковъ», (город Бирск, республика Башкортостан), которое удостоено специальной награды на форуме туристических регионов и городов РФ в апреле 2025 г. в рамках федерального конкурса «Туристические города» с формулировкой «За создание креативного туристического пространства, объединившего туристическое сообщество города». Премию сооснователю «ЧИРКОВЪ» Максиму Шипилину вручил создатель конкурса Геннадий Шаталов, председатель правления ФРОС Region PR, председатель попечительского

совета всероссийских премий «Туристические города» и «Регионы туризма и гостеприимства». Бирск увез из Воронежа высшую премию «Туристических городов» — гран-при в номинации «Город событийного туризма», как это удалось команде - является предметом самостоятельного исследования и находится за рамками настоящей публикации [12].

В качестве основных примеров для настоящей публикации будут рассмотрены кейсы улицы Сакко и Ванцетти города миллионника Воронежа, административного центра субъекта РФ с многовековой историей и убывающего в населении моногорода Сегежа (республика Карелия), образованного вокруг железнодорожной станции и подразделения ГУЛАГа менее 100 лет назад. Опуская подробное экономико-географическое положение каждой из исследуемых территорий, отметим их относительно невысокую известность как туристических локаций и наличие в каждой из них хотя бы одного символа, с которым территория может устойчиво ассоциироваться:

Сегежа – моногород, где производится крафтовая бумага, город титульного присутствия лесопромышленного холдинга Segezha Group (Сегежа-групп), озеро Выг и 365 островов на нем.

Воронеж – столица российского черноземья, котенок в улицы Лизюкова, создание российского флота Петром I.

Объединяет эти две совершенно разные территории последовательность исследовательских шагов, предпринятых местным «ядром» - инициатором исследования совместно с АКТат ГоГе, начиная от:

- учебы представителя активиста города на образовательной программы «Школа городских героев»;
- создания в рамках образовательного процесса «ядра» или «команды оживления» города вокруг обучаемого на программе;
- сонастройки по ценностям через совместную деятельность в социо-культурных проектах;
- организации и проведения ими публичного мероприятия в городе;
- подготовки совместно с экспертами «АКРАТ ГоГе» заявки на грант для проведения экспедиции и последующей лаборатории на территории;
- поддержанием горизонтальных связей между проектами, сообществами, возникшими после экспедиции и лаборатории;
- перехода из события в сообщество;
- созданием местного НКО – юридического лица, оператора системной текущей деятельности по развитию территории;
- переход от волонтерской активности на грантовой основе к регулярной профессиональной, предпринимательской деятельности, формирование субъектов предпринимательской деятельности или самозанятых;
- закрепление НКО и ядра в постоянном помещении, здании и создание в нем различных форматов креативных пространств, самостоятельных проектов, бизнесов;
- выход в кластерное взаимодействие, создание регулярных маршрутов, влияние на внешний туристический поток, отражение деятельности в Туристическо-информационном центре (ТИЦ) или его аналогах;
- упаковка проекта и его выход в межрегиональное пространство, предстоящие шаги в сторону экосистемы.

Общим в форматах урбанистических экспедиций и лабораторий является их комплексность, междисциплинарность, исследуются локальные сообщества, сценарии жизни на территории, ее дефициты и ресурсы, в том числе символические, инвентаризируются ОНК и интересные «атмосферные» пространства, их топонимика, локации территории, картируются креативные бизнесы и выявляются субъекты туристической, экскурсионной деятельности, поднимается история территории в определенных периодах и хронологии, выявляются ее «гении места». Таким образом присутствуют исторический, культурологический, экономический, географический, урбанистический, социальный и бизнесовый подходы.

Общеизвестно, что под экспедицией понимается отправление группы людей в длительный поход (путешествие) в определенное место со специальной целью, заданием [11]. Цель исследовательских форматов Городских героев – развитие территории за счет выявленных ресурсов

и вовлечения местных сообществ. В научной среде понятие «лаборатория» давно утвердилось как специально отведенное, приспособленное, оборудованное пространство, помещение для проведения научных опытов, экспериментов. Каким будут результаты этих опытов и исследований, заранее предсказать сложно. В урбанистических проектах сама территория становится таким пространством. Отличие экспедиции от лаборатории в том, что в первой происходит больше исследований территории по разным вышеуказанным направлениям, а в лаборатории исследования продолжаются и переходят в социо-культурное, бизнес проектирование и формирование команд вокруг выбранных проектов и инициатив, выход на их кластеризацию и регулярное взаимодействие в общей рамке территории.

Например, экспедиция в город Сегежа в феврале 2023 года ставила задачи:

- Исследовать идентичность и потенциал постиндустриального развития креативной экономики в Сегеже.
- Спроектировать механики системной коммуникации между активистами из Сегежи, Кеми и Костомукши.
- Разработать сценарии развития Северной Карелии, основанные на социальном и креативном капиталах (через активацию креативных команд городского развития и связей между ними).

Целью лаборатории «Соцгород» в Сегеже осенью 2024 года было продолжение исследования архитектурного наследия и формирование видения развития центра города в фокусе реализации туристического потенциала и развития креативных индустрий. Лаборатория в Сегеже стала экспериментальной площадкой для тестирования этой формулы через работу с тремя задачами, которые связаны с тремя масштабами: первый масштаб — пространство Соцгорода: ревизия объектов деревянной архитектуры и оценка потенциала развития; второй масштаб — центральный квартал: концепция развития арт-квартала на участке территории, образуемом Домом культуры (ДК), музеем и старым кинотеатром, а также прилегающими к ним пространствами; третий масштаб — здание кинотеатра: разработка модели креативного пространства. Над каждой задачей работала отдельная команда, сформированная из местных участников и приглашенных экспертов. Результаты лаборатории легли в основу общественной Концепции развития Соцгорода.

Проект «Девичок. Маленький проект о больших смыслах» родился чуть больше года назад в Воронеже из идеи раскрыть потенциал старинного квартала вдоль улицы Сакко и Ванцетти, вернуть горожанам память и связь с этими местами и его историей и культурой. «Девичок» – это тихое место в центре города с преобладанием частных домов и неблагоустроенными выходами к реке Воронеж. Год назад активисты – местные жители этой улицы начинали с проведения фотопикников, пленэров, организации выставки и дискуссий, на которые с интересом приходили люди, благодаря которым все узнали много нового о квартале, увидели его глазами местных жителей, отогрелись в теплом дружеском кругу, узнали местные рецепты, истории разных людей. Все эти открытия стали импульсом подать заявку на грант в Президентский Фонд культурных инициатив на проект культурной активации квартала. Таким образом задачи экспедиции по Девичку были решены по методологии Городских героев при участии его воронежских членов, АНО «ТОЧКА» [1]. Замысел проекта — наполнить улицы, которым более 300 лет, событиями, увековечить местные исторические символы, осмыслить и найти современное применение культурному наследию, повысить туристическую привлекательность района.

В рамках проекта уже в марте 2025 года при поддержке Президентского Фонда Культурных Инициатив в Воронеже состоялась «Лаборатория культурной активации Девичок», где эксперты по экономике наследия, члены сообщества «Городские герои» из других городов и горожане изучали историю и символы Девичка и разрабатывали на их основе проекты по повышению туристической привлекательности и улучшению бизнес-климата достопримечательного места [7].

В четырех-дневном интенсивном исследовании исторического района в центре Воронежа и разработке креативных концепций приняли участие более 50 человек. Экономика и наследие были ключевыми треками в работе тех, кто предлагал свои проекты. Преимуществами территории являются удобные входы с центрального проспекта города, а также особая атмосфера, созданная старыми дворами. Среди недостатков – недостаточное количество зеленых пространств, хаотичная

парковка и отсутствие пешеходной инфраструктуры, а также нахождение объектов культурного наследия в плохом состоянии.

Улица Большая Девиченская – старинное название Сакко и Ванцетти. Такие таблички скоро появятся на домах. QR-код ведет на страницу квартала на сайте туристско-информационного центра. Так активисты хотят рассказывать о своем квартале даже вне экскурсий. Девичок когда-то был центром духовной жизни Воронежа, в нем – целое ожерелье храмов. Одно из зданий даже используется просто как жилой дом. Район исторически возник вокруг Алексеево-Акатова монастыря, в начале 18 века по соседству возник и Покровский Девичий монастырь.

По словам историков, тут не менее двух десятков объектов культурного наследия, но уникальность квартала не только в этом. «Много одноэтажных, скорее двухэтажных домов, где каменный первый этаж, а деревянный – второй. Вот эта такая среда Воронежа буквально начала 20 века – наверное, этим тоже район интересен, важен. У него есть какой-то дух места, который в этом выражается. То есть это речь не только про какие-то дома, которые попали в путеводитель и чем-то известны, но и в целом – про среду, про ощущения вот этой улицы» – рассказывает архитектор, кандидат исторических наук Владимир Чесноков. [8].

Здесь был когда-то один из первых городских кинотеатров «Гелиос», место ремесленных «профсоюзов», десятки купеческих домов и усадеб, первые крупные учебные заведения и первая типография. Осталось также Терновое кладбище, где сохранились надгробия и даже могилы участников войны 1812 года.

– Очень неприятно наблюдать, как мы все время провожаем какое-то культурное наследие историческое, архитектуру, все время страдаем, что все разваливается, рассыпается, натура уходит, корней не остается и так далее. У нас возникла идея, чтобы это процесс немножечко перепрошить – чтобы культурное и историческое наследие оставалось, оно должно продолжать жить, а не просто быть памятником под каким-то стеклянным колпаком, – говорит пресс-секретарь Наталья Зубкова. Участники проекта уверены, что истории квартала хватит для новой жизни. Можно, например, вспомнить, какие тут были магазины или лавки, заведения или гостиницы, и на основе этого строить бизнес. Девичок может стать интересным не только для историков или туристов, но и для тех, кто умеет монетизировать смыслы [8].

– Наша задача – покопать получше корни идентичностные, найти ключевые смыслы, сильные символы места, и на основе этих символов и смыслов придумать проекты в четырех направлениях: туризм, архитектура, работа с наследием и арт-проекты. Вот эти проекты будут потом придуманы, реализованы и представлены инвесторам, предпринимателям, туристическому сообществу, – говорит руководитель проекта Алла Романюк, директор АНО «ТОЧКА». [1].

В итоге участники лаборатории определили основные зоны развития Девичка, был предложен туристический маршрут, связывающий все исторические объекты, занимающий около часа и протяженностью примерно 5 км. Инициативные группы предложили несколько проектов, кратко перечислим их. «Сбежавший цирк» в его рамках планируется сделать стрит-арт-квест из временных конструкций, посвященный Анатолию Дурову, принадлежащему к легендарной династии дрессировщиков и цирковых артистов. Проект «Чудососедство» предполагает проведение в доме-музее А.Л. Дурова фестиваля уличных театров. Авторы проекта «Музей Дурова/Пристань» предложили провести стрит-арт фестиваль и создать арт-объекты на маршруте от улицы Коммунаров и к причалу, где есть несколько скверов. А на спуске к набережной может быть установлен арт-объект, посвященный Дурову и истории о его сбежавшем крокодиле, которая когда-то так напугала его соседей. В ходе реализации проекта «Берег Дурова» на набережной должны появиться скамейки и зонтики, а на набережной – амфитеатр на воде. Авторы проекта «Окна Девичка» поделились идеей написать на окнах цитаты воронежского афориста Аркадия Давидовича и изобразить маки. Маки долго росли на Девичке и стали одним из символов этого места. Тему маков раскрыли и в проекте «Девичий пирог», авторы которого узнали традиции выпекания особого макового пирога. Это стало источником идеи об открытии пекарни, где можно будет попробовать свежий пирог, а также музея пирога и макового сада. Цель проекта «Давидович 4D» – создание музея афористики Аркадия Давидовича, который может превратиться в арт-пространство и место встреч художников. Проект «Рынок Девичок» обращает нас к теме торговли. Авторы проекта



приступили к созданию сайта о рынке, где будет информация о расположении торговых рядов и лавок. Особый раздел посвятят «квашонке» – молочному продукту, который традиционно готовили жители Девичка. Также сайт позволит покупателям вступать в коммуникацию с фермерами. Проект «Держи жизнь» посвящен старице Феоктисте. В его рамках на Девичке может появиться «тропа спасения Феоктисты» по местам, связанным с Блаженной Феоктистой. Помимо туристического маршрута и аудиогuida было предложено организовать благотворительную пекарню «Фроськин хлеб» и Паломнический центр. Проект «Девы Девичка» ставит в центр внимания Девичий монастырь. Его символом выбрали вышивку, изготавливаемую монашками в кельях. На базе изучения этого ремесла могут быть созданы вышивальная мастерская, музей Воронежской вышивки, шоурум изделий. Проект «Терновый шепот» – о Терновском кладбище, которое закрыли в 1926 году, теперь это мемориал. Проект предполагает создание исторических игр, где история города и страны предстанет через биографии захороненных здесь известных воронежцев. Согласитесь, насыщенный и не стандартный набор предложений, волнующих воронежцев, проявлен за 4 дня погружения в исследование и проектирование вокруг Девичка.

В финале Лаборатории культурной активации участники провели публичную презентацию всех вышеуказанных проектов перед городским сообществом в Доме архитектора Воронежа и пришли к выводу, что при реализации этих проектов Девичок станет объектом притяжения для туристов, а Воронеж повысит культурный и бизнес-потенциал.

Таким образом, лаборатория по развитию территории для «городских героев» – это:

- способ вместе энтузиастам-горожанам, профессионалам и приезжим экспертам исследовать историю, пространство, сценарии жизни улицы, квартала или города, чтобы увидеть его потенциал, вспомнить героев, проявить важные символы;
- городское путешествие в историю с возвращением в день сегодняшний;
- путь длиной в более чем 300 лет назад и возвращение обратно с дарами;
- очень интенсивная интеллектуальная работа, требующая вовлеченности.

Успех лаборатории еще до итоговых презентаций можно оценить как раз по вовлеченности и мотивации местных участников и количеству пришедших продолжать работу в каждый день. Так как лаборатория проходит в будние, рабочие дни, ее участники должны иметь временной ресурс, участие в лаборатории – фактически – инициативная волонтерская деятельность для местных профессионалов и энтузиастов. В ходе работы требуется внимание каждого участника, готовность соблюдать тайминг и расписание, совместно работать в группах, готовность учиться новому, осваивать чат с подтемами в телеграмме, готовить презентацию на компьютере в сжатые временные сроки, выступать и делиться своими мыслями, открытиями и вопросами, быть готовым к изменениям расписания и быть внимательным к словам кураторов и коллег, участвовать в вечерней просветительской программе и общаться с экспертами проекта. Опыт работы в подобном формате в других городах показывает, что это посилено и вдохновляет всех участников процесса.

Через неделю после завершения лаборатории в Воронеже состоялось первое он-лайн собрание всех участников, кто готов продолжать работу, прошел субботник на ул. Сакко и Ванцетти, вывезен мусор, начались переговоры с владельцами законсервированных ОКН на улице и руководством отеля, там расположенного, озвучено желание провести свой ребрендинг и предоставить свои пространства для проведения выставок по локальной тематике. Одним словом, процесс пошел.

В рамках настоящей публикации не представляется возможным в полном объеме провести полноценное междисциплинарное исследование влияния исследовательских форматов сообщества «Городские герои» на формирование туристических предложений, но наметим его тезисы.

Объект, предмет, материалы и методы исследования. Объектами исследования и эмпирическими объектами стали территории из двух субъектов РФ:

- города Сегежа, Сегежский муниципальный округ, республика Карелия (в рамках мультидисциплинарной исследовательской лаборатории «СОЦГОРОД» в Сегеже при поддержке гранта Президента Российской Федерации на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий (ПФКИ));

- улицы Сакко и Ванцетти (бывшая Большая Девиченская) городского округа города Воронежа ( в рамках гранта ПФКИ) [7] ;

Предметом исследования являются междисциплинарные аспекты формирования команд и стартапов в сфере экономики наследия и креативных индустрий на основе выявленных локальных символов в вышеуказанных территориях в ходе проектных лабораторий, образовательных проектов и просветительских мероприятий. Автор обобщает и анализирует успешность и результаты исследований по развитию территорий через исследование человеческого, социального капиталов, символических ресурсов, креативного потенциала и локальной идентичности.

География исследования связана с личным участием автора в урбанистических экспедициях и исследовательских лабораториях, организованных при участии Агентства креативного развития территорий «Городские герои» в Сегежу в сентябре 2023 г., в Воронеж в марте 2025 г.

Методологически для междисциплинарного изучения территории за основу бралась схема Вячеслава Глазычева, участники лаборатории самоопределялись и формировали несколько групп: капиталы, уникальности, символические ресурсы и гении места или историко-культурная, субъекты – участники процессов и сценариев, отличительные особенности, недостатки и риски пространства.

Далее динамика групп зависела от работы «геройской» команды как экспертов и модераторов этого процесса, на этом этапе важно, как модератор работает (эмпатия и открытость) и про что говорит (содержание, экспертиза модератора при необходимости). Важно было после каждого такта программы синхронизироваться в понятийной поле со всеми участниками. Поэтому часть времени было распределено на работу в группах, часть – на общую презентацию промежуточных результатов каждой группы и их осуждение в общем поле участников каждый день.

При проектировании лаборатории не возможно заранее предположить, кто будет ее участником, сколько их будет, как они распределяться, по каким направлениям для исследования и проектирования сложатся команды, насколько они сработаются и пойдут дальше после окончания лаборатории, тем интереснее анализировать полученные результаты. При этом сообщество «Городские герои» бережно относится к индивидуальным особенностям участников и разделяет принцип «Люди двигаются в своем темпе».

Результаты первых двух дней исследования (найденные смыслы) были упакованы в «ромашку смыслов» и представлены в хронологическом порядке, в некий условный «сериал» о территории, в зонирование на карте (методы ментальное картирование, функциональное зонирование), в картирование капиталов и их оценку в цифрах (дополнительно нужно описать формулы), в картирование субъектов, коммуникационных площадок. На основании эмоционально-смысловой ромашки построена пространственно-сервисная модель для каждого проекта, в которой уже четко обозначаются локации или их дефицит, какие первоначальные действия необходимо провести в ближайшее время. От новых смыслов в последний день участники перешли в упаковку проектов. На итоговой публичной презентации было естественным путем всеми высказана и принята идея дальнейшего совместного продвижения, синхронизации и координации деятельности проявленных команд и инициатив. Таким образом проявилась «Девичковская» солидарность, как «осознанность, потребность и готовность к объединению, рассматривается как проявление солидарности в социуме» [2].

В заключении необходимо отметить важность социально-географических технологий в туризме в интерактивных форматах, примером которых являются исследовательские практики «Городских героев». Эти экспедиции и лаборатории изучают закономерности территориальной организации, социальной инфраструктуры в связи со способом производства и особенностями географической среды. Их главная цель — формирование устойчивого горизонтального сообщества, передача и распространение навыков развития территорий через развитие людей. Анализ указанных процессов в региональных общественных системах с целью оптимизации их развития является предметом дальнейшего междисциплинарного исследования.

**Список источников:**

1. АНО «ТОЧКА», страница в ВК [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://vk.com/ano\\_tochka\\_vrn](https://vk.com/ano_tochka_vrn) (дата обращения 29.04.2025).
2. Гужавина Т.А. Социальный капитал городского сообщества: доверие, солидарность, ответственность // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2018. — Т. 11. — № 4. — С. 252–268.
3. Концепция развития творческих (креативных) индустрий РФ и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р.
4. Сайт делового клуба «Экономика наследия» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://heritageclub.ru/> (дата обращения 29.03.2025).
5. Сайт музейно-творческого кластера «Коломенский посад» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kolomnaposad.ru/> (дата обращения 25.03.2025).
6. Сайт сообщества «Городские герои» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gorgeroi.ru> (дата обращения 29.04.2025).
7. Сайт Президентского фонда культурных инициатив [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://xn--80af5akm8c.xn--h1adou.xn--p1ai/public/application/item?id=c374cef8-0aac-4c3f-a6c0-a8a4e0934450> (дата обращения 29.04.2025).
8. Сайт проекта «Культурная активация Девичка» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://девичок.рф/> (дата обращения 29.04.2025).
9. Статья «Внутренний туризм все сложнее и принять, и понять, и простить» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://moskvichmag.ru/lyudi/vnutrennij-turizm-vse-slozhnee-i-prinyat-i-ponyat-i-prostit/?fbclid=IwY2xjawISjVBleHRuA2FlbQIxMQABHeRSMMXpeZQrtNNYZ8xLIzh8G5X4sqnWfrkH4CYDs\\_H3-P9iKkrXPwHJZg\\_aem\\_a6HdqDJKB1AqJgd7sNgZ-Q](https://moskvichmag.ru/lyudi/vnutrennij-turizm-vse-slozhnee-i-prinyat-i-ponyat-i-prostit/?fbclid=IwY2xjawISjVBleHRuA2FlbQIxMQABHeRSMMXpeZQrtNNYZ8xLIzh8G5X4sqnWfrkH4CYDs_H3-P9iKkrXPwHJZg_aem_a6HdqDJKB1AqJgd7sNgZ-Q) (дата обращения 29.04.2025).
10. Федотова Н.Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2018. — № 29. — С. 141-155.
11. Экспедиция [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 29.03.2025).
12. Rata news [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ratanews.ru/news/lightning/v-voroneze-obieiaivili-laureatov-dvux-vserossiiskix-premii-v-sfere-turizma>. (дата обращения 29.04.2025).
13. Zielenbach S. The Art of Revitalization: Improving Conditions in Distressed Inner-City Neighborhoods. New York: Garland. — 2000. — 200 p.

## ОСОБЕННОСТИ ТУРПРОДУКТА ДЛЯ ТУРИСТОВ ИЗ ИНДИИ

**Скобельцына А.С.**, доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, канд. культурологии, генеральный директор ООО «РИИЦ», ska2005@yandex.ru

**Аннотация.** В статье показаны особенности целевой аудитории «туристы из Индии», основные сегменты этого рынка, особые потребности, которые необходимо учитывать при разработке турпродукта и продвижении его на индийский туристический рынок. Особенности затрагивают организацию проживания, питания, транспортное обслуживание и экскурсионно-развлекательные программы, т.е. почти все структурные элементы турпакета.

**Ключевые слова:** Индия, въездной туризм, международный туризм, турпродукт, программа «India Friendly»

## FEATURES OF A TRAVEL PRODUCT FOR TOURISTS FROM INDIA

**Skobeltzina A.S.**, Associate Professor, Department of Hotel and Restaurant Business, Saint Petersburg State University of Economics, General Director of «RIIC» LLC, Candidate of Cultural Studies

**Abstract.** The article shows the features of the target audience of "tourists from India", the main segments of this market, and special needs that must be taken into account when developing a travel product and promoting it to the Indian tourism market. The features affect the organization of accommodation, meals, transportation services and sightseeing and entertainment programs, i.e. almost all structural elements of the package.

**Keywords:** India, inbound tourism, international tourism, travel product, "India Friendly" program

Проектирование турпродукта в России осуществляется в соответствии в ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг», а также ГОСТ Р 53522-2022 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» [1,2]. Проектирование означает разработку технических и технологических документов на туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия. Во внутреннем и въездном туризме формирование туристского продукта осуществляется путем разработки программы путешествия по определенному маршруту, включающей комплекс услуг, предоставляемых на основании договоров, заключаемых между туроператором и субъектами туристской индустрии – предприятиями проживания, питания, транспортными компаниями, экскурсионными и другими культурно-досуговыми организациями.

Очевидно, что программа тура разрабатывается с учетом потребностей целевой аудитории, на которую она ориентирована.

Основными критериями для группировки потребителей с целью формирования уникального торгового предложения (УТП) являются следующие:

- географические (регион проживания);
- демографические (возраст, пол, семейное положение, наличие детей);
- социально-экономические (уровень дохода, профессия, социальное положение, уровень образования);
- поведенческо-психографические (привычки, пристрастия, образ жизни, ценности, вкусы, фобии и др.).

При формировании УТП в туризме добавляются еще некоторые критерии:

- цели поездки: отдых, деловые цели, образование, медицинский туризм, шопинг и др.;



- предпочтения относительно выбора отеля, питания, партнеров по путешествию, вида развлечений, продолжительности путешествия.

Если предприятие индустрии туризма или гостеприимства хочет принимать туристов из Индии, необходимо, в первую очередь, проанализировать типовой портрет туриста из этой страны. Мы уже писали об этом [4], однако можно дополнить тему более свежими данными из отчетов Министерства туризма Индии.

В первую очередь следует отметить, что Индия – это самая населенная страна в мире (1,4 млрд чел.), при этом средний класс составляет около 500 тыс. чел., что означает достаточно емкий туристский рынок. На рисунке 1 показана статистика зарубежных поездок индийцев в период с 2013 по 2023 годы в абсолютных цифрах и в процентах. В 2023 году зарубежные путешествия совершили 27,88 млн человек, и это число растет.

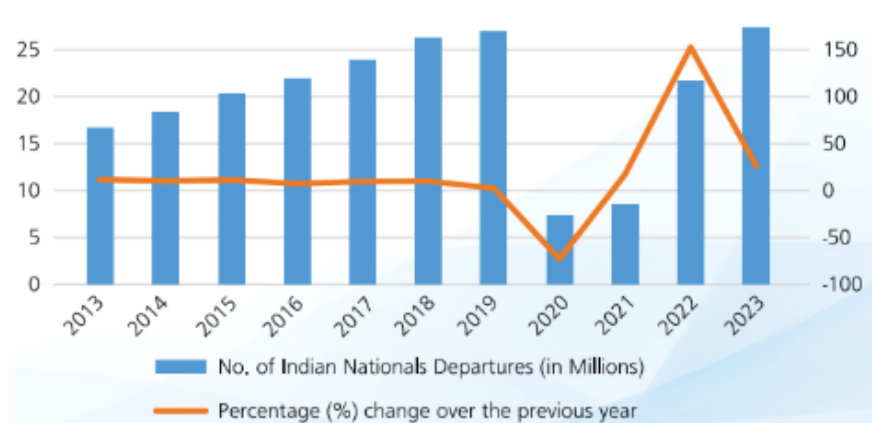


Рис. 1. Количество зарубежных поездок индийцев в период с 2013 по 2023 г.

Источник: [8, с.25]

Наиболее популярные страны для индийцев – ОАЭ, Саудовская Аравия, США, Великобритания, Таиланд, Сингапур, Канада. Наиболее популярные месяцы для путешествий – с мая по сентябрь, когда в Индии идут дожди и слишком жарко, хотя разница между количеством путешествий по месяцам незначительна.

Если говорить о целях поездки, то наиболее популярные – отдых, посещение родственников или друзей (индийская диаспора), деловые цели, получение образования. С целью отдыха индийцы чаще посещают юго-восточную (72,9%), южную (69%) и восточную Азию (53,2%), Африку (52,6%). С деловыми целями – страны Центральной и Южной Америки (41,2%), Южную Азию (25,4%), а также другие страны. С целью получения образования – Восточную Европу (18,7%), США (18%) и Австралию (10,7%) [8, с.26]. Например, в страны БРИКС, к которым относится и Россия, в 2023 году въехало с целью отдыха 43% индийцев, 46% - для посещения индийской диаспоры, 9,4% с деловыми целями.

Среди путешествующих за рубеж мужчин больше, чем женщин, например, среди посетивших в 2023 году страны БРИКС 69% составляют мужчины, 31% - женщины [8, с.37].

В Россию в 2023 году въехало 61478 индийцев, тогда как из России в Индию – 164125 чел. [7, с.37] Чаще всего в Россию въезжали туристы возраста 25-34 года (29%), 35-44 года (25%), 45-54 года (15%). Средний срок пребывания в России – 6-10 дней. Вид транспорта – самолет. Язык для коммуникации – английский.

Для понимания потребностей туристов также важно разделить их на индивидуальных и групповых. Например, в аналитическом обзоре RussPass [3], судя по всему, описаны индивидуальные туристы из Индии, возраста до 35 лет, которые приезжают парами или с детьми, получают информацию в социальных сетях и через мессенджеры, остаются в России в среднем 10-11 дней, любят дегустации национальной кухни, шопинг и посещение музеев и достопримечательностей.

Однако, турфирмы чаще всего имеют дело с групповыми более бюджетными турами. В этом случае туристы бронируют гостиницы 3 или 4 звезды, об основных параметрах тура они получают

информацию от турагентства, и бронируют турпакет, включающий перелет, проживание, питание и культурную программу. Обычно такой тур включает посещение Москвы и Санкт-Петербурга и длится 6-7 дней. Примерно четверть от всех туров длится около 10 дней и включает посещение третьего города (это Мурманск, Тверь, Сочи, Казань, города Золотого кольца).

Сейчас, когда платежи физических лиц между странами затруднены или невозможны из-за санкций, туры в Россию бронируются и оплачиваются через туроператоров, имеющих больше возможностей для таких платежей.

По данным крупного индийского туроператора Asia DMC [6], индийских туристов можно разделить на пять сегментов:

- туристы с групповым пакетом услуг;
- состоятельные семьи;
- горожане (независимые туристы–фрилансеры);
- миллениалы - небольшие группы из 6-10 человек;
- путешественники поколения Z;

и три подсегмента:

- одиночные путешественники;
- женщины-путешественники;
- путешественники, предпочитающие роскошь.

Согласно исследованию ведущего туристического агентства Индии SOTC [11] индийских туристов можно разделить на шесть сегментов:

- бюджетные путешественники;
- любители комфорта;
- семейные поездки;
- приключенческие путешествия;
- отдых;
- путешествия с максимальной роскошью. [10]

Также нельзя забывать, что Индия – это поликультурная, многонациональная и полирелигиозная страна, соответственно все эти сегменты имеют свои региональные особенности. Рекомендуются для каждой группы и подгруппы разрабатывать индивидуальные туристические предложения.

Из-за существенной разницы менталитетов, общение с индийскими туристами часто вызывает сложности и курьезные ситуации во всех странах, которые они посещают.

Например, вот как оценивают туристов из Индии представители индустрии гостеприимства Вьетнама. В настоящее время в этой стране существует два мнения об индийских туристах. Для экспертов в области туризма индийские туристы — это потенциальная группа с высокой покупательной способностью, которая может заменить китайских и российских туристов. Однако обслуживающему персоналу иногда бывает довольно сложно угодить им.

Тран Сон Тунг, бывший управляющий крупным отелем в Ханое, признает, что у индийских туристов есть свои культурные особенности, это «трудные туристы», из-за них работники сферы сервиса иногда «немного устают». На собственном опыте Тунг выяснил, что эта группа клиентов часто многого требует, например, скидок, бесплатных услуг... Поэтому работники сферы обслуживания должны понимать их психологию, чтобы лучше их обслуживать. Сотрудникам отелей он рекомендует следующее: всегда быть осторожным в общении, сохранять стальной характер и не позволять «манипулировать» собой; если гости хотят получить больше, чем заплатили, нужно с самого начала дать им понять, что они не должны ожидать многого; при этом соблюдать баланс между «деликатностью» и «жесткостью» [9].

Также существуют большие отличия между богатыми индийцами, а также индийцами со средним и низким уровнем достатка. Нельзя забывать и про кастовую систему, которая фактически продолжает существовать в Индии. Поэтому предприятия сферы обслуживания должны понимать, с какой именно группой туристов они будут работать, и изучить культурные особенности этой группы. Для этого должны быть организованы специальные занятия с персоналом.

Рассмотрим, какова специфика разработки программы для туристов из Индии в сегменте группового бюджетного туризма. Предполагаем, что основной контингент индийских туристов, выезжающих из Индии в другие страны, в том числе в Россию, составляют мужчины активного возраста от 25 до 45/50 лет (60-70 %), которые приезжают с целью отдыха и развлечений.

Стандартный турпакет для индийцев в России – это 6-7 дней с посещением Москвы и Санкт-Петербурга, включающий проживание, питание, транспортные услуги, экскурсии и другие развлечения.

В рамках программы «India Friendly», которая стартовала в России в 2016 году [5], были разработаны рекомендации для предприятий размещения, питания, для гидов, туроператоров и сотрудников музеев по обслуживанию туристов из Индии. Данные рекомендации предлагаются к изучению и внедрению предприятиям, которые выразили желание стать участниками программы «India Friendly» и пройти сертификацию по системе добровольной сертификации «India Friendly».

Основные требования к отелям «India Friendly» – англоговорящий персонал, доставка багажа в номер, кондиционер или климат-контроль, доступ к питьевой воде, к кипятку, наличие в номере пакетированных чая, кофе, сливок, тапочки, халаты, увлажняющий крем и другие косметические средства в ванной комнате. Преимущественно индийцы выбирают отели категории 4 и 5 звезд, для них важны площадь номера и размер кроватей, а также возможность установки дополнительной кровати. Индийцам может понравиться размещение в глэмпингах на природе, например, в Мурманске в иглу с прозрачными стенами для наблюдения за северным сиянием или в избах на природе в средней полосе России.

Серьезные требования предъявляют индийцы к организации питания. Они предпочитают индийскую кухню, редко бывает так, чтобы индийцы соглашались постоянно питаться блюдами русской кухни или даже пробовать ее. Это связано с пищевыми запретами, которые, в свою очередь, диктуются исповедуемой религией – индуизмом, исламом, джайнизмом – это наиболее распространенные в Индии религии. Почти все индийцы не едят говядину, свинину, среди них много вегетарианцев. Сложнее всего накормить последователей джайнизма – джайнов, строгих вегетарианцев, которые часто путешествуют со своим поваром. Однако, в России очень сложно организовать рабочее место для повара из Индии, так как для работы на кухне российского ресторана требуется санитарная книжка. Поэтому остаются только два варианта организации питания – в индийских ресторанах, или если в российском ресторане повар умеет готовить блюда индийской кухни. У экспертов программы «India Friendly» есть опыт обучения индийской кухне российских поваров. В трехдневную программу входит обучение приготовлению около 20 блюд базового меню, достаточных для организации питания туристских групп.

К автобусам, которые обслуживают индийцев, также предъявляются особые требования. Они касаются возраста и состояния автобуса, желательно, чтобы автобус был новый, с аккуратным и красивым салоном, с кондиционером, аудио- и видео- системами. Необходимо обеспечить пассажиров бутилированной питьевой водой. Также должно быть много места для багажа в тех автобусах, которые осуществляют трансферы из/в аэропорт, на вокзал. Дело в том, что индийцы всегда путешествуют с огромными чемоданами. Если их четверо, то нужно заказывать 7-8 местный минивен, есть 10-15, то лучше всего подойдет автобус на 19-20 чел. и так далее. Иногда решением для перевозки чемоданов может быть заказ дополнительного грузового такси. Проблемой также является поддержание чистоты в автобусе, так как индийцы привозят с собой снеки и часто едят их именно в автобусе. За этим необходимо специально следить.

Что касается тайминга и организации всей программы, то здесь следует учитывать неспособность индийцев быть пунктуальными, неорганизованность и расслабленность их на отдыхе. Поэтому тайминг программы не должен быть слишком жестким. Нельзя планировать много мероприятий в один день, необходимо всегда оставлять запас по времени, особенно, если речь идет фиксированном времени посещения экскурсий или музеев, оставлять время на отдых и шопинг.

Особо следует сказать о музеях и развлекательных мероприятиях, которые целесообразно включать в туры для индийцев. Это не должны быть серьезные исторические музеи, так как глубокое погружение в российскую историю не будет для них интересным. То же касается картинных галерей и музеев искусств. Интерес вызывают дворцы-музеи, например, Зимний дворец

в Санкт-Петербурге, но их также не должно быть слишком много, один-два, и не слишком долго, не более 1,5 – 2 часов. Индийцы любят природу, дворцово-парковые ансамбли, музеи с интерактивными программами, тематические музеи, связанные с какими-то известными им событиями истории XX века, например, Музей холодной войны в Москве, Музей Космонавтики, музей-макет России в Санкт-Петербурге, посещение ледокола или подводной лодки. Для каждого туристского направления необходимо составить список музеев, которые могли бы быть интересны индийцам.

Что касается развлекательных мероприятий, то русский балет или опера могут быть интересны некоторым категориям индийских туристов, скорее всего индивидуалов, но вряд ли целесообразно отправлять на балет большие группы. Более подойдут цирк или фольклорное шоу.

Требуется особая подготовка и гидам. Во-первых, прекрасное знание английского языка не всегда поможет понять индийцев, так как их английский очень специфичен. Во-вторых, обширные знания наших аккредитованных гидов также не всегда могут пригодиться на экскурсиях с индийцами. Следует давать только самые основные и наиболее интересные факты, подавать информацию в упрощенной форме и не стремиться говорить постоянно. При этом обязательно включать в экскурсии так называемые места «must see», а также все, что указано в программе. Часто туристы хотят поменять что-то в программе прямо по ходу тура. В этом случае следует проявить твердость или взять туристов расписку в том, что изменения в программе были сделаны по их желанию.

Перспективное направление для индийского туризма – MICE, организация мероприятий, и, в частности, выездной свадьбы. По оценкам экспертов зарубежный свадебный рынок Индии оценивается более чем в 600 млн долларов США и ежегодно растет на 25-30%. Популярными направлениями для свадеб являются Таиланд, ОАЭ, Малайзия, Бали, Греция, Италия [10]. И конкуренция за привлечение индийцев на свадьбы усиливается, так как это, как правило, дорогостоящее и многочленное мероприятие. Россия также может предложить много прекрасных локаций для проведения торжественных мероприятий на самом высоком уровне.

Основываясь на вышесказанном, можно сделать вывод о том, что индийский туристический рынок является очень емким и, вследствие этого, перспективным для России. Сейчас в нашей стране на подъеме находится внутренний туризм, однако такие города, как, например, Санкт-Петербург, в структуре турпотока всегда имели больше иностранцев, чем россиян. Многие россияне уже посетили город, поэтому наблюдается снижение интереса и, соответственно, загрузки отелей. С этим необходимо что-то делать, в частности, активно выходить на новые зарубежные рынки, разрабатывая УТП для новых целевых аудиторий.

#### Список источников:

1. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».
2. ГОСТ Р 53522-2022 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения».
3. Портрет индийского туриста // RussPass Бизнес. 16.июня 2023. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://business.russpass.ru/analytical-materials/portret-indijskogo-turista> (дата обращения 15.03.2025).
4. Скобельцына А.С. Выездной туризм в Индии и портрет индийского туриста / А.С. Скобельцына // Вестник индустрии гостеприимства: Международный научный сборник. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. — С. 56-60.
5. Скобельцына А.С. Развитие туризма между Россией и Индией и программа «India Friendly» / А.С. Скобельцына // Проблемы современной экономики. — 2024. — № 3(91). — С. 182-186.
6. ASIA DMC [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://asiadmc.com/> (дата обращения 15.03.2025).
7. India Tourism Data Compendium 2024 // India Ministry of tourism. 2024. — 184 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://tourism.gov.in/sites/default/files/2025-03/India%20Tourism%20Data%20Compendium%202024\\_0.pdf](https://tourism.gov.in/sites/default/files/2025-03/India%20Tourism%20Data%20Compendium%202024_0.pdf) (дата обращения 15.03.2025).
8. India Tourism Data Compendium Key Highlights 2024 // India Ministry of tourism. – 2024. – 52 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.in/sites/default/files/2025->



- 03/India%20Tourism%20Data%20Compendium%20Key%20Highlights%202024%20%281%29.pdf (дата обращения 15.03.2025).
9. Potential Indian tourists with unique characteristics // Vietnam Insider. November 23, 2022. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vietnaminsiders.com/potential-indian-tourists-with-unique-characteristics/> (дата обращения 15.03.2025).
  10. Recommended wedding tour to attract Indian tourists // Vietnam Insider. April 18, 2022 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vietnaminsiders.com/recommended-wedding-tour-to-attract-indian-tourists/> (дата обращения 15.03.2025).
  11. SOTC Trending Tour Packages. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.sotc.in/> (дата обращения 15.03.2025).
  - 12.
-

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СОХРАНЕНИЮ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ  
В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ: КИТАЙСКИЙ ОПЫТ**

**Виноградов П.А.**, аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [vinogradovpa@ty.msu.ru](mailto:vinogradovpa@ty.msu.ru)

***Аннотация.** В наши дни проблема сохранения сельского наследия становится все более острой и имеет определяющее значение в контексте развития сельского туризма. Нельзя недооценивать и роль наследия сельских поселений в сохранении традиционной культуры и укреплении культурной самобытности сельских общин. Сегодня сельское наследие сталкивается с многочисленными угрозами, включая чрезмерную урбанизацию, загрязнение окружающей среды, утрату культурных ценностей. В разных регионах мира предпринимаются усилия по сохранению и актуализации исторического наследия сел и деревень, разрабатываются стратегии возрождения сельских общин. В статье рассматривается китайский опыт восстановления и развития традиционных деревень, имеющих богатый исторический подтекст и ландшафтные ресурсы. Уделено внимание формам и видам взаимодействия государства и местных жителей в рамках сохранения сельского наследия.*

***Ключевые слова:** сельский туризм, сельское наследие, историческое наследие, деревни.*

**MODERN APPROACHES TO THE PRESERVATION OF CULTURAL HERITAGE IN RURAL  
AREAS: CHINA'S EXPERIENCE**

**Vinogradov P.A.**, Graduate student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

***Abstract.** Today, the problem of rural heritage preservation is becoming more and more acute and is of crucial importance in the context of rural tourism development. The role of rural heritage in preserving traditional culture and strengthening the cultural identity of rural communities cannot be underestimated. Today, rural heritage faces many threats, including excessive urbanization, pollution and loss of cultural values. Efforts are being made in different regions of the world to preserve and actualize the historical heritage of villages and hamlets, and strategies are being developed to revitalize rural communities. The article examines the Chinese experience of restoration and development of traditional villages with rich historical connotations and landscape resources. Attention is paid to the forms and types of interaction between the state and local residents in the framework of rural heritage preservation.*

***Keywords:** rural tourism, rural heritage, historical heritage, villages.*

Уникальность сельского туризма в традиционных деревнях Китайской Народной Республики (далее КНР) обусловлена их передающимся из поколения в поколение культурным кодом, который уже давно рассматривается экспертами в области архитектуры, искусства и археологии как форма культурного наследия. В последние десятилетия Китай проводит политику ревитализации сельских территорий, способствуя в том числе и устойчивому развитию сельского туризма. В качестве одного из примеров можно привести «Стратегический план возрождения сельских районов провинции Шаньдун 2018-2022 гг.», направленный на всестороннюю модернизацию деревень. В ходе реализации программы были привлечены в том числе и сельские

жители, участвовавшие в масштабных ремонтных работах, включая реконструкцию более 300 м речных плотин и снос 152 незаконных построек [3].

Сохранение традиционных деревень в КНР – важный фактор, влияющий на формирование экономической активности и повышающий культурную идентичность местных сообществ. Традиционные исторические деревни – деревни, обладающие эстетической, культурной и экологической ценностью и отражающие наиболее существенные аспекты развития китайской культуры, архитектурного искусства и быта.

Отчасти китайский подход к сохранению сельского наследия задумывался как ответ на возникшую необходимость возрождения заброшенных сельских районов и борьбы с бедностью в них [1].

С 2008 по 2023 г. уровень урбанизации в КНР вырос с 45 % до 60 %. В ряде СМИ, а также в научных публикациях неоднократно освещалась проблема упадка китайского ремесленничества. Сегодня, спустя 47 лет после начала политики реформ и открытости, урбанизационные процессы показывают, что около 40 % населения, связанные системой регистрации домохозяйств «хукоу» – сельские жители, владеющие и пользующиеся земельными участками в горной сельской местности [4].

Контроль за управлением и сохранением сельского наследия в КНР осуществляется по принципу «сверху вниз». Департаменты и бюро, участвующие в управлении, со временем корректировали свои задачи, формируя многоотраслевую систему регулирования. В отношении материального сельского наследия основными субъектами являются Управление культурного наследия и Министерство жилищного строительства и развития городских и сельских районов, а также их аналоги на уровне провинций, муниципалитетов и сел. Что касается нематериального сельского наследия, то к основным субъектам в этой области относятся Министерство культуры КНР и его представительства. Управление по туризму и его филиалы участвуют в развитии традиционных деревень с 2009 г.

В 2015 г. от лица проекта «Традиционные деревни» Министерство финансов, Министерство земельных и природных ресурсов и Министерство сельского хозяйства КНР выпустили совместное заявление о содействии проведению работ по сохранению исторических деревень в китайских провинциях [6].

Одним из ярких примеров успешной реализации китайской программы по возрождению сельского наследия является деревня Шися, расположенная в горном районе провинции Шаньдун. В 2021 г. данная деревня была успешно оценена как национальная туристическая достопримечательность уровня AAA, а в 2022 г. была включена в шестую партию традиционных деревень национального уровня. До начала реализации инициатив по возрождению китайского сельского наследия, Шися представляла из себя отдаленную горную деревню, с высоким уровнем бедности, неразвитой инфраструктурой и рядом конфликтов между служащими на низовом уровне, препятствующих развитию. В пределах деревни, с запада на восток, протекает уникальная одноименная река, на протяжении многих поколений снабжающая жителей обильными водными ресурсами и обеспечивающая транспортные условия [5].

В деревне Шися насчитывается около 300 традиционных жилых зданий, относящихся к эпохам династий Мин, Цин и республиканскому периоду. Планировка дворов соответствует традиционным стилям, оставляя их в значительной степени нетронутыми, а архитектура домов, с одной стороны, поддерживает аутентичный стиль горных поселений, а с другой – учитывает стиль равнинной китайской застройки, сыхэюань. С точки зрения пространственной структуры, Шися – кластерное поселение, разделенное на две части улицей Шуньхэ, проходящей с севера на юг. В южной части находится «новая» деревня, а в северной – «старая», с перекрещивающейся сетью переулков и аллей. За последние пять лет, опираясь на богатые ресурсы, благодаря усилиям по обновлению и возрождению, деревня превратилась в самобытное место, привлекая десятки тысяч внутренних и международных туристов ежегодно.

Развитие подхода к сохранению сельского наследия в Китае можно определить по растущему числу учреждений и ведомств, участвующих в управлении.

Представленная ниже таблица демонстрирует структуру управления китайским историко-культурным наследием, а также этапы постепенного вовлечения тех или иных государственных структур, нормативно-правовые акты и стратегические документы, определяющие в разные периоды политику КНР в отношении объектов сельского наследия.

Таблица 1. Управление сельским историческим и культурным наследием в КНР

| ГОД                                                            | ВОВЛЕЧЕННЫЕ ГОС.ОРГАНЫ                                                                                                                                                                                                                                                | ДОКУМЕНТ                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Города, деревни и поселки исторического и культурного значения |                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                 |
| 1982                                                           | Управление объектами культурного наследия                                                                                                                                                                                                                             | Закон КНР о защите культурных реликвий; ст.3 п.8                                                                                                                                                                |
| 1986                                                           | Управление объектами культурного наследия<br>Министерство строительства<br>Министерство культуры                                                                                                                                                                      | Постановление Государственного Совета о согласовании с Министерством строительства и Министерством культуры заявки на введение в действие группы населенных пунктов, имеющих историческое и культурное значение |
| 2009                                                           | Министерство жилищного строительства и городского и сельского развития;<br>Управление делами туризма                                                                                                                                                                  | Постановление о реновации и ревитализации (в рамках тестовых работ) деревень и поселков с характерным аутентичным ландшафтом                                                                                    |
| 2012                                                           | Министерство жилищного строительства и городского и сельского развития;<br>Управление культурным наследием                                                                                                                                                            | Проект Плана охраны городов, поселков и деревень историко-культурного значения                                                                                                                                  |
| Традиционные деревни                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                 |
| 2012                                                           | Министерство жилищного строительства и городского и сельского развития;<br>Управление культурным наследием;<br>Министерство культуры;<br>Министерство финансов                                                                                                        | Постановление о начале работ по исследованию, сохранению и ревитализации исторических деревень                                                                                                                  |
| 2015                                                           | Министерство жилищного строительства и городского и сельского развития;<br>Управление культурным наследием;<br>Министерство культуры;<br>Министерство финансов;<br>Управление делами туризма;<br>Министерство земельных ресурсов;<br>Министерство сельского хозяйства | Документы в рамках Стратегии по восстановлению, защите и актуализации традиционных деревень                                                                                                                     |

Источник: составлено автором по [7].

Зачастую, из-за различий в мониторинге и реализации планов по сохранению наследия, происходит нечеткое распределение обязанностей между учреждениями, что заставляет местные департаменты перераспределять полномочия и уклоняться от ответственности. Открытые вопросы ответственности значительно снижают эффективность управления и не способствуют сохранению традиционных деревень.

В ряде регионов, как, например, в провинции Чжэцзян, китайскими властями использован независимый и исследовательский подход к управлению традиционными деревнями. Будучи административно-территориальной единицей с передовой экономикой и высокой управленческой грамотностью, Чжэцзян стала первой китайской провинцией, где была опробована административная система с провинциальным списком, охватывающим более 2000 традиционных деревень. Список настолько обширен, что включает в себя все 44 историко-культурные деревни и 635 традиционных деревень в своем административном регионе, и становится основным объектом управления сельским наследием в провинции [9].

В первые десятилетия политики реформ и открытости Управление культурного наследия КНР было ведущим ведомством по сохранению исторического и культурного наследия в стране, в том числе в сельской местности. Существующая китайская модель охраны сельского наследия уходит корнями в систему охраны культурных реликвий, в которой физическая реставрация объекта является приоритетной. При этом, местные власти часто рассматривают традиционные исторические деревни как эталоны аутентичности и стремятся к «мумификации» объектов, рассматривая их как музеи под открытым небом, в которых доминирующую роль играют архитектура и искусство, а местных жителей как будто не существует вовсе [2]. Поэтому во многих



традиционных деревнях сформировались две модели сохранения статус-кво. В регионах с высоким туристическим потенциалом и развитой экономикой местные власти и департаменты по развитию, под предлогом защиты традиционной архитектуры переселяют жителей из деревень в города. Таким образом, традиционные деревни оказываются в зоне ответственности администрации провинции.

В регионах же с неблагоприятным экономико-географическим положением чиновники всячески пытаются остановить жителей от сноса старых домов и строительства новых в европейском стиле, несмотря на то, что старые здания уже непригодны для жизни.

Расхождение между необходимостью перестройки и выполнением предписаний со стороны чиновников в ряде случаев становится причиной напряженных и затяжных конфликтов. Тем не менее, большинство китайских экспертов, должностных лиц и самих сельских жителей рассматривают сохранение сельского наследия в Китае как мощный инструмент, снижающий бедность и осуществляющий модернизацию.

Начиная с 2013 года, в руководящих документах ЦК КПК, сохранение сельского наследия определяется как важная часть национальной стратегии, направленной на улучшение и развитие сельской территории страны. Если проанализировать публикации последних семи лет (2017-2024 гг.), исследующие сельский туризм в КНР, можно заметить, что термин «традиционные деревни» почти полностью вытеснил словосочетание «исторические и культурные деревни» в контексте стратегий развития сельских районов.

Состоявшийся в 2017 году 19-й Всекитайский съезд КПК, на котором была объявлена Стратегия возрождения сельских районов, выдвинул на передний план вопросы сокращения разрыва между городом и деревней, стимулирование промышленности для поддержки сельского хозяйства, а также мобилизацию финансовых ресурсов для стимулирования развития сельских регионов [8].

Стратегия возрождения сел и деревень в КНР направлена в том числе и на внедрение экологического сельского хозяйства, что дает мощный импульс устойчивому развитию туризма. Благодаря комплексному планированию, запускаются процессы диверсификации, и регионы становятся вновь привлекательными с точки зрения бизнеса для тех, кто ранее покинул родные места. Таким образом, открываются новые туристические агентства и компании по производству сельскохозяйственной продукции. Например, компания Shandong Co-Op Agricultural Products Co вступила во владение 3000 акров деревни Хунцунь (провинция Аньхой), создав овощные базы и завод по разведению черных свиней [11].

Превращение тысяч акров бесплодных холмов в оживленный сельскохозяйственный район принесло пользу и деревенским жителям, увеличив их доходы. Вышеупомянутая компания заключила договор с Yipin Agricultural Development Co., в целях создания базы по выращиванию зерновых культур, а также строительства стандартизированного крупномасштабного цеха по производству и переработке. Это позволило усовершенствовать производственную цепочку (value chain) и повысить добавленную стоимость сельскохозяйственной продукции [10].

Сохранение и возрождение сельских поселений часто сопряжено со многими трудностями. Такие проблемы, как нехватка экономических ресурсов, социальное неравенство между городским населением и жителями сельской местности, угрозы стихийных бедствий, лишь усугубляют общую картину. Немаловажными являются отток населения из сел и деревень, а также давление современных сельскохозяйственных технологий на сохранение сельской культурной идентичности. Тематические исследования в области сохранения историко-культурного наследия сельских районов углубляют представления о методах и стратегиях развития сельского туризма в разных регионах мира. В Китае – тысячи обедневших, отсталых и почти заброшенных горных деревень. Расположенные глубоко в горах, эти деревни несут на себе исторические отпечатки одной из древнейших цивилизаций. Многие традиционные деревни, находящиеся на грани исчезновения, были спасены благодаря грамотным стратегиям по их сохранению. Внедрение экологического сельского хозяйства не только обеспечило дополнительные источники дохода для сельских жителей, но и, что еще более важно, привлекло молодое поколение, покинувшее горную деревню, к своим корням. Опыт возрождения китайских традиционных деревень подчеркивает в том числе и

те важные функции, которые может играть местное население, активно участвуя в процессах обновления деревень и осваивая новую для себя социальную роль.

#### Список источников:

1. Ермакова Н.А., Лимонина И.Г. Опыт Китайской Народной Республики в реализации политики сельского туризма / Н.А. Ермакова, И.Г. Лимонина // Сервис в России и за рубежом. — 2024. — № 2. — С. 69-82.
2. Попова А.В., Фоменко Е.Г. Место нематериального наследия в государственной политике КНР / А.В. Попова, Е.Г. Фоменко // Культура и искусство. — 2022. — № 11. — С. 42-53.
3. Chen X. A phenomenological explication of guanxi in rural tourism management: A case study of a village in China / X. Chen // Tourism Management. — 2017. — Vol. 63. — Pp. 383–394.
4. Gao J., Wu B. Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China / J. Gao, B.Wu // Tourism Management. — 2017. — Vol. 63. — Pp. 223–233.
5. Li Y., Ismail M.A., Aminuddin A. The Lost View: Villager Centered Scale Development and Validation Due to Rural Tourism for Traditional Villages in China / Y. Li, M.A. Ismail, A. Aminuddin // Sustainability. — 2025. — Vol. 17. — Pp. 1-20.
6. Mu Q., Aimar F. How Are Historical Villages Changed ? A Systematic Literature Review on European and Chinese Cultural Heritage Preservation Practices in Rural Areas / Q. Mu, F. Aimar // Land. — 2022. DOI: 10.3390/land11070982.
7. Qi M. Understanding Heritage-Led Development of the Historic Villages of China: A Multi-case Study Analysis of Tongren / M. Qi // The Historic Environment. Policy&Practice. — 2021. DOI: 10.1080/17567505.2021.1940575.
8. Tong W., Lo K. Back to the Countryside: Rural Development and the Spatial Patterns of Population Migration in Zhejiang, China / W. Tong, K. Lo // Agriculture. — 2021. DOI: 103390/agriculture11080788.
9. Weng S., Peng H. Tourism development, rights consciousness and the empowerment of Chinese historical village communities / S. Weng, H. Peng // Tourism Geographies. — 2014. — Vol. 16. — Pp. 772–784.
10. Ying T., Zhou Y. Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages / T. Ying, Y. Zhou // Tourism Management. — 2007. — Vol. 28. — Pp. 96–107.
11. Zhan Y., Wu Z. The reproduction of heritage in a Chinese village: Whose heritage, whose pasts? / Y. Zhan, Z. Wu // International Journal of Heritage Studies. — 2015. — Vol. 22. — Pp. 228–241.

## ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА

**Жигарева М.И.**, аспирант, инженер кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [marzhig00@gmail.com](mailto:marzhig00@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассматриваются современные факторы, оказывающие влияние на развитие туристского пространства. Актуальность исследования обусловлена динамичными изменениями в туристской отрасли, вызванными глобальными экономическими, социальными и технологическими трендами. В работе выделены ключевые факторы, влияющие на развитие туристского пространства. Особое внимание уделяется таким современным тенденциям, как возрастание значимости современных технологий в туризме, повышение интереса туристов к экологичному туризму, повышение интереса к медицинскому туризму. Пандемия значительно повлияла на изменения в предпочтениях туристов, что привело к росту популярности новых форм туризма, таких как «bleisure» (сочетание рабочего процесса и отдыха).

**Ключевые слова:** туристское пространство, факторы развития туризма, цифровизация, экологический туризм, bleisure.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## FEATURES OF MODERN FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SPACE

**Zhigareva M.I.**, Graduate student, Engineer, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Annotation.** The article examines modern factors influencing the development of the tourism space. The relevance of the research is due to the dynamic changes in the tourism industry caused by global economic, social and technological trends. The article highlights the key factors influencing the development of the tourism space. Special attention is paid to such modern trends as the increasing importance of modern technologies in tourism, increasing tourist interest in eco-tourism, and increasing interest in medical tourism. The pandemic has significantly affected changes in tourist preferences, which has led to an increase in the popularity of new forms of tourism such as, for example, "bleisure" (a combination of work and leisure).

**Keywords:** tourism space, factors of tourism development, digitalization, ecological tourism, bleisure.

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

### Введение

На сегодняшний день, значительная часть терминологии в области рекреации и туризма еще не имеет четко установленных определений. Одним из таких «неопределенных» понятий является термин «туристское пространство» (*tourism space*). В настоящее время активное использование этого термина привело к появлению разных точек зрения на его сущность, смысл и структуру, а также на составные элементы этого понятия. По распространенному среди западных исследователей определению, «туристское пространство» представляет собой территорию, на

которой осуществляется туристская деятельность, при этом не имеет значения, была ли эта территория специально создана для туризма или же она привлекает посетителей спонтанно. [3].

Одним из важных исследований, посвященных туристскому пространству, является работа польского ученого А. Ковальчика «The Phenomenology of Tourism Space» [7]. В этой работе автор обобщает исследования польских коллег, фокусирующихся на географическом аспекте туризма, а именно на пространстве (space). Работа представляет собой интересное исследование, посвященное феномену туристского пространства и его влиянию на восприятие туристами окружающей среды. Автор подчеркивает, что туристское пространство не следует рассматривать только как физическое пространство, оно является скорее конструкцией, возникающей в сознании туристов. Собственно, пространство Ковальчик понимает как измеримое пространство, включающее природные компоненты земли, то есть «атмосфера, гидросфера, биосфера и литосфера, а также ее постоянное развитие, вызванное деятельностью человека...». И именно пространственная компонента является основным атрибутом географических исследований.

#### **Факторы, влияющие на формирование и развитие туристского пространства**

Польский исследователь Б. Влодарчик в статье «Processes of tourism space formation» предлагает круговую схему развития туристского пространства. В своей работе автор выделяет три ключевых этапа развития туристского пространства. Следует подчеркнуть, что эти этапы не обязательно следуют друг за другом по линейному принципу — под влиянием различных факторов они могут «перемещаться» вперед или назад, что делает этот процесс нелинейным и обратимым. [10].

Этап I — пре-туристское пространство. На этом этапе пространство не выполняет туристских функций, а развитие туризма в нем отсутствует. Однако оно уже обладает определенными ресурсами, которые в дальнейшем могут способствовать превращению этого пространства в туристское. Скорость перехода этого пространства в туристское зависит от множества факторов, которые будут рассмотрены ниже.

Этап II — туристское пространство. В соответствии с определением Влодарчика, это географическая территория, на которой осуществляется туристская деятельность. Процесс функционирования туристского пространства можно разделить на три основные фазы:

1. *Фаза А — новое туристское пространство:* на этой стадии начинается его развитие. Это может проявляться через создание инфраструктуры, а также через отношения между туристами и пространством, которое они только начали исследовать и активно используют для различных видов туристской деятельности (чаще всего, неорганизованной).
2. *Фаза Б — развитое туристское пространство:* это фаза оптимального использования туристских ресурсов и их максимально эффективного развития.
3. *Фаза В — старое туристское пространство:* это пространство, которое долго выполняло туристские функции, но либо пришло в упадок, либо было модернизировано с целью продления его привлекательности для туристов.

Этап III — пост-туристское пространство. На этом этапе пространство утрачивает свою туристскую значимость, и туристы перестают его посещать по разным причинам. Однако нельзя исключать возможность того, что после прохождения этапов, не связанных с туризмом, оно вновь может стать пре-туристским и в дальнейшем — туристским пространством.

Как видно из этой схемы, туристское пространство не является статичным, оно продолжает развиваться. Оно переходит от одной стадии к другой, под влиянием множества факторов, таких как природные, социокультурные, экономические, технологические и политические изменения, каждый из которых играет значительную роль в его формировании и трансформации.

Формирование и развитие туристского пространства, в котором происходит вся туристская деятельность, — это довольно сложный процесс, в который вовлечено множество различных факторов, связанных друг с другом. Чтобы эффективно планировать и управлять туризмом, важно понять, как именно эти факторы работают. Существует классическая система факторов, влияющих на развитие туристского пространства. К ним относятся две крупные классификации: генерирующие и лимитирующие факторы, и природные и культурно-исторические факторы.



Первый тип: генерирующие и лимитирующие факторы. Эти факторы можно разделить на две большие группы: те, что способствуют росту, и те, что создают ограничения. Первые — это генерирующие факторы, которые вызывают интерес к поездкам и побуждают людей путешествовать. А лимитирующие факторы, наоборот, ставят препятствия для развития региона и снижают количество туристов. Один и тот же фактор, имея разные значения, может как способствовать развитию туризма, так и затруднять его. Например, географическое положение, политика государства в отношении туризма, экономическая ситуация в стране или регионе, природные условия, маркетинг и современные технологии — все это может играть как положительную, так и отрицательную роль. Также факторы, влияющие на туристскую сферу, можно разделить на статические и динамические. Статические факторы — это те, которые меняются очень медленно или остаются неизменными, и они создают основную привлекательность региона для туристов. Динамические факторы, напротив, могут меняться быстро и напрямую влиять на спрос и предложение в туризме. Поэтому участникам туристского рынка нужно постоянно следить за этими изменениями и адаптироваться к ним. [2]

Второй тип: природные и культурно-исторические факторы. Природные факторы включают в себя все то, что связано с естественными особенностями и ресурсами местности. Культурно-исторические факторы, в свою очередь, включают в себя все то, что относится к истории, культуре, традициям и искусству региона или страны. Эти факторы позволяют туристам погрузиться в другую культурную среду.

### **Современные факторы, влияющие на развитие туристского пространства**

За последние десятилетия произошли значительные изменения в факторах, влияющих на развитие туристского пространства. К ним относятся технологические инновации, последствия пандемии COVID-19, геополитические кризисы, глобализация и повышение мобильности населения.

М. Вечковский пишет, что независимо от подхода к определению туристского пространства, можно выделить определенные явления, которые в настоящее время сильно его меняют. Автор выделяет такие факторы, как растущий уровень туристской мобильности, новые технологии, индивидуализм пользователей, увеличение разнообразия туристских предложений, а также растущее значение маркетинга туристского пространства (включая брендинг, символы, рекламу, которые способствуют восприятию посетителями туристского пространства) [9].

А.Ю. Александрова выделяет еще один важный параметр в современной трансформации туристского пространства. Сегодня туристские пространства часто развиваются не в результате модернизации и совершенствования устоявшихся традиционных туристских систем, а из-за желания человека получить новые уникальные впечатления от путешествий. Примером, подтверждающим этот тезис, является развитие туризма в городах. Раньше туристские поездки в города практически ограничивались посещением исторических центральных районов, но в последние годы активно развиваются посещения «настоящих» городских районов, включая фабрики, жилые кварталы, бедные пригороды и т. д. [1]

Пандемия COVID-19 и сопутствующие ей ограничения оказали значительное влияние на трансформацию туристского предложения. В результате наблюдается активное развитие нового вида туризма, известного как «bleisure», который объединяет рабочие поездки с отдыхом [8]. Это стало возможным благодаря переходу множества компаний на гибридный режим работы, при котором для работы человеку требуется лишь компьютер и надежное интернет-соединение. Важность стабильной и качественной связи с интернетом для современных туристов также становится все более явной. Современные технологии в последние годы начинают играть ключевую роль в сфере туризма. Ярким примером этого являются технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности, которые стали активно развиваться в ходе пандемии и после нее.

Еще одним значимым фактором, оказывающим влияние на туристское пространство в последние годы, является стремление к «экологичности» поездок. После кризиса, вызванного пандемией COVID-19, было проведено множество исследований в различных странах, в которых авторы пришли к выводу, что после двухлетнего периода карантина многие туристы предпочитают экологический туризм [4]. В результате, популярность традиционного, массового туризма в городах

и на курортах начала снижаться [5]. Зарубежные источники сообщают, что основным направлением, которое будет развиваться после пандемии, станет внутренний экологический туризм.

Еще одна тенденция, которая особенно усилилась после пандемии COVID-19 — это популярность и востребованность медицинского туризма. Пандемия показала, насколько важны доступность и качество медицинской помощи, а также необходимость заботиться о своем здоровье. Люди стали более осведомленными о том, что необходимо следить за своим здоровьем и иметь доступ к современным медицинским технологиям. Так, одной из главных причин популярности медицинского туризма является стремление людей получить качественные медицинские услуги по более доступным ценам. Многие страны, например, страны Юго-Восточной Азии, Латинской Америки, Восточной Европы, привлекают туристов, предлагая медицинские процедуры (операции, стоматологическое лечение, косметические процедуры, и др.) по значительно более низким ценам, чем в более богатых странах. [6]

### **Выводы**

Туристское пространство является ключевым понятием в науке о туризме, которое затрагивает не только географические, но и социальные, экономические и психологические аспекты. В последние десятилетия оно стало объектом активных исследований, что связано с расширением самого понятия туризма и развитием новых направлений в отрасли. Туристское пространство нельзя рассматривать как статичное и неизменное: оно претерпевает постоянные изменения, в зависимости от множества факторов. Теоретические исследования, представленные в работах таких авторов, как А. Ковальчик, Б. Влодарчик, и др., подчеркивают важность восприятия туристского пространства не только как физической территории, но и как концепции, которая возникает в сознании туристов. Это восприятие активно формируется и трансформируется в зависимости от различных внешних и внутренних факторов.

Современные изменения в туристском пространстве также являются результатом ряда факторов. Одним из важнейших является технологическая революция. Технологии виртуальной и дополненной реальности, а также развитие онлайн-сервисов значительно расширили возможности для туризма и изменили восприятие туристами пространства. Пандемия COVID-19, в свою очередь, существенно повлияла на глобальный туризм, ускорив переход к новым формам путешествий, таким как "bleisure", которые сочетают работу и отдых. Этот новый формат стал возможен благодаря переходу на гибридную модель работы, где основной составляющей является доступ к интернету, что кардинально изменяет традиционные представления о туризме.

Кроме того, пандемия вызвала рост интереса к экологическому и медицинскому туризму. Люди стали больше задумываться о своем здоровье, об окружающей среде и, в результате, вырос интерес к более устойчивым и экологически чистым формам туризма. Внутренний туризм и экотуризм, в частности, стали приоритетными направлениями в постпандемийный период.

Таким образом, туристское пространство — это не только физическая территория, но и многослойная концепция, включающая в себя множество взаимодействующих факторов. Важно, чтобы исследователи и практики учитывали все изменения в окружающей среде, которые происходят как на уровне глобальных тенденций, так и на уровне локальных изменений, происходящих в отдельных регионах. Адаптация к этим изменениям и осведомленность о современных факторах развития туристского пространства позволит более эффективно развивать туризм и создавать новые, уникальные предложения для путешественников, учитывая их потребности и запросы в условиях постоянно меняющегося мира.

### **Список источников:**

1. Александрова А. Ю. Изменение туристского геопространства в эпоху всеобщей мобильности // Вестник Московского университета. Серия 5. География. — 2020. — № 2. — С. 3–12.
2. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина, Н.В. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с.

3. Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е. В. «Туристское пространство» как понятие: научные подходы к исследованию // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. — 2020. — Т. 22, № 2. — С. 28–39.
4. Cheng Y. [et al.]. Visitor satisfaction and behavioral intentions in nature-based tourism during the COVID-19 pandemic: A case study from Zhangjiajie National Forest Park, China // International Journal of Geoheritage and Parks. — 2022. — Vol. 1 (10). — С. 143–159.
5. Huang S. (Sam) [et al.]. Impacts of COVID-19 on Chinese nationals' tourism preferences // Tourism Management Perspectives. — 2021. — Vol. 40.
6. King Fung W.A., Vongvisitsin B.T., Ping Li, Yingying Pan, Ryan C. Revisiting medical tourism research: Critical reviews and implications for destination management and marketing // Journal of Destination Marketing & Management. — 2024. — Vol. 33.
7. Kowalczyk A. The Phenomenology of Tourism Space // Turyzm/Tourism. — 2014. — Vol. 24 (1). DOI: 10.2478/tour-2014-0001.
8. Walia S., Kour P., Choudhary P., Jasrotia A. COVID-19 and the bleisure travellers: an investigation on the aftermaths and future implications // Tourism Recreation Research. — 2023. — Vol. 48(5). Pp. 657–667.
9. Więckowski M. Tourism Space: An Attempt at a Fresh Look // Turyzm/Tourism. — 2014. — Vol. 24 (1). DOI: 10.2478/tour-2014-0002.
10. Włodarczyk B. Processes of tourism space formation // Turyzm/Tourism. — 2011. — Vol. 21(1-2). — Pp. 59–65. DOI: 10.2478/v10106-011-0007-3.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Козик В.М.**, аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [vladislav.msk.2017@gmail.com](mailto:vladislav.msk.2017@gmail.com)

**Аннотация.** Мировой опыт показывает, что народные художественные промыслы (НХП) являются объектами туристской привлекательности. Соответственно, места бытования НХП могут стать центрами притяжения туристов и в России. На примере ряда НХП различных российских регионов автор оценивает их потенциал для развития туризма исходя из таких критериев, как история промысла, наличие предприятия и масштаб производства, наличие сети магазинов и ее территориальная распространенность, устойчивость бренда НХП, масштабы и характер музейно-выставочной и экскурсионной деятельности, а также состояние инфраструктуры в местах бытования НХП.

**Ключевые слова:** народные художественные промыслы, внутренний туризм, гжель, оренбургский платок, уральское камнерезное искусство, холмогорская резьба, уленская резная кость, кубачинское оружие.

## POTENTIAL OF FOLK ARTS AND CRAFTS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

**Kozik V.M.**, Graduate student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Abstract.** The world experience shows that folk arts and crafts are objects of tourist attraction. Accordingly, the places of folk arts and crafts can become centres of attraction for tourists in Russia. On the example of a number of folk arts and crafts of different Russian regions the author evaluates their potential for tourism development based on such criteria as the history of crafts, the presence of the enterprise and the scale of production, the presence of a network of stores and its territorial spread, the sustainability of the folk arts and crafts brand, the scale and nature of museum and exhibition and excursion activities, as well as the state of infrastructure in the places of folk arts and crafts.

**Key words:** folk art crafts, domestic tourism, Gzhel, Orenburg shawl, Ural stone-carving art, Kholmogorsk carving, Uelen carved bone, Kubachi weapons.

Во всем мире народные художественные промыслы (далее – НХП) успешно используются в целях развития туризма. Примеры этого можно найти в Африке (Зимбабве [17], Мтубатуба [16] и Азии (Вьетнам [14, 15]). Лежащая в основе НХП культурно-этническая индивидуальность, самобытность и уникальность привлекает туристов, уставших от массовой культуры и ищущих новых впечатлений. НХП России также являются привлекательным туристским ресурсом, на основе которого может формироваться оригинальный турпродукт, обладающий такими актуальными характеристиками, как самобытность и аутентичность [9, С. 56].

Какие же факторы способствуют превращению НХП в объект туристской привлекательности? Представляется, что в данном случае можно руководствоваться рядом критериев, обозначенных сотрудниками научно-образовательного центра НХП [2, С. 34 – 35], а именно:

- История промысла. Тот факт, что НХП зародился многие века назад и базируется на преемственности поколений, придает НХП самобытность, привлекает туристов;
- Наличие предприятия и масштаб производства, поскольку завод или фабрика, где проводятся экскурсии и мастер-классы, могут стать центром притяжения туристов;
- Наличие сети магазинов, ее территориальная распространенность;



- Устойчивость бренда НХП, связанного с конкретной этнической культурой, регионом или страной в целом;
- Функционирование музея НХП, масштабы и характер музейно-выставочной деятельности;
- Системность, уровень и качество проведения экскурсий, фестивалей, ярмарок, этнокультурных праздников на базе НХП;
- Состояние инфраструктуры (дороги, доступный транспорт, общепит, гостиницы и пр.).

Чтобы определить потенциал использования отдельных НХП России для целей развития туризма, был проанализирован ряд народных промыслов в различных регионах страны на соответствие данным критериям.

#### **Гжель (Московская область, Центральный федеральный округ)**

Данный промысел имеет давнюю историю, он возник во второй половине XVIII в. [6, С. 19]. В течение долгих веков сохраняется преемственность мастеров, воспроизводивших на изделиях знаменитую бело-голубую роспись. С 1818 года существует Гжельский фарфоровый завод, в ассортименте которого более 700 видов продукции, причем каждое изделие расписывается исключительно вручную, носит фирменное клеймо и личную подпись художника. Крупными производителями также является созданное в 1989 г. ООО «Гжельский завод художественной росписи», который ежегодно производит свыше 40 000 тысяч изделий и объединение «Гжель», хотя на сайте данных предприятий представлен лишь очень небольшой ассортимент товаров.

Узнаваемость бренда не вызывает сомнений: Гжельская керамика прочно ассоциируется с Московским регионом внутри страны и в целом с Россией – за рубежом. Кроме того, гжель зарегистрирована в качестве международного наименования места происхождения товара (НМПТ) [13], что говорит об известности НХП на мировом уровне.

Существует значительное количество каналов сбыта гжельской керамики: продукцию можно купить как на сайте Гжельского фарфорового завода, так и в магазинах в г. Москва и г. Раменское, в ряде интернет-магазинов, а также на маркетплейсах, например, Wildberries, Ozon.

В рамках Музея Гжельского промысла регулярно проводятся выставки и другие мероприятия; экскурсии и мастер-классы организуются на фарфоровом заводе и заводе художественной росписи, а также в объединении «Гжель». Однодневные экскурсии из г. Москвы также предлагаются турфирмами (Golden Middle, Sputnik, Вокруг света). Производители гжельской керамики принимают участие и во всероссийских мероприятиях, например, в выставке «Россия» на ВДНХ. На базе НХП проводятся тематические праздники и ярмарки: так, в 2024 г. в селе Речицы Московской области состоялся «Гжель-фест», где была представлена выставка авторских работ и проведены мастер-классы по обжигу изделий. Мероприятие сопровождалось концертной программой, а также фотовыставкой «Гжель». В 2023 г. объединение «Гжель» представило свои изделия на Международной выставке керамической промышленности в Китае, в сентябре 2024 г. – на Международной выставке Stylish Home. Objects & Tableware 2024, а в конце года участвует в традиционной новогодней ГУМ-ярмарке. Все эти мероприятия и многочисленные магазины, а также интернет-сайты производителей гжельской керамики обеспечивают значительный уровень информационно-коммуникативной и рекламной поддержки НХП.

Что касается состояния инфраструктуры, то оно также вполне благоприятное: поскольку село Гжель находится в 60 км от Москвы, добраться туда можно электричкой, идущей от Казанского вокзала, скорым поездом (по будням), или автобусом от станции метро «Котельники». С гостиницами дело обстоит несколько хуже: наиболее близко расположена мини-гостиница «Акварель» (от 4 тыс. рублей за ночь) и гостевой дом «Кристина». В самой Гжели предприятий общественного питания немного, но ближе к Егорьевскому шоссе расположено большое количество придорожных кафе и небольших ресторанов.

#### **Оренбургский платок (Оренбургская область, Приволжский федеральный округ)**

Так же, как гжельская керамика, данный промысел зародился во второй половине XVIII в., почти одновременно с основанием города и переселением туда казаков и их жен, которые в ожидании возвращения супругов занимались пуховязальным промыслом [4, С. 33]. Одним из главных производителей изделий является фабрика Оренбургских пуховых платков, существующая

с 1939 г. как промысловая артель, а с 1960 г. переименованная в фабрику. В ассортименте фабрики представлено 470 товаров, начиная от самих платков и шалей и заканчивая носками, елочными и другими игрушками.

Известность изделий данного НХП не вызывает сомнений. Оренбургский платок получил мировое признание уже в 1857 г. на Международной ярмарке в Париже. Интерес к оренбургским пуховым платкам не угасает и до сих пор: на Московской неделе моды 2019 – 2020 была продемонстрирована новая коллекция, созданная итальянскими дизайнерами в сотрудничестве с командой Фабрики оренбургских пуховых платков. Оренбургский пуховый платок также зарегистрирован в качестве НМПТ, а косвенно о популярности изделия говорит огромное количество контрафактной продукции, с которой ведет активную борьбу официальный производитель. В этой связи продукцию НХП официально могут продавать лишь несколько организаций, тем не менее магазины с франчайзи-партнерами функционируют в ряде крупных аэропортов и торговых центров России. Также платки можно приобрести в некоторых интернет-магазинах, например, на сайте пуховой артели «Оренбургшаль», которая также занимается и производством изделий.

С 2012 г. в Оренбургском областном музее изобразительных искусств открылась галерея «Оренбургский пуховый платок», в городе функционирует частный музей оренбургского пухового платка «Гильдия Пуховниц». Ряд производителей («ОренбургШаль», «Оренбургские пуховницы») предлагают круглогодичные экскурсии на производство. Один из производителей изделий – ООО «Комбинат оренбургских платков» – регулярно участвует в выставке-ярмарке НХП России «Ладья». В 2023 г. в рамках ежегодной областной акции «Дни оренбургского пухового платка» в Вологодском государственном музее-заповеднике прошла выставка «Оренбургский пуховый платок – душа России». Платок был основным элементом экспозиции Оренбургской области на форуме-выставке «Россия» на ВДНХ в 2023 г. Выставки изделий организуются и за рубежом: в 2018 г. в Италии состоялась выставка «Оренбургские платки от Прато до Урала». В 2025 г. в рамках выставочного проекта ООН оренбургский платок будет представлен в Женеве.

Поскольку Оренбург является областным центром и довольно крупным городом, то добраться до него, в том числе и самолетом, не составляет труда. В городе присутствует значительное количество отелей разной ценовой категории (в том числе 168 гостиниц с уровнем «5 звезд») и хостелов, достаточно развита сеть предприятий общественного питания.

#### **Уральское камнерезное искусство (Свердловская область, Уральский федеральный округ).**

Так же, как и большинство других НХП, камнерезный промысел зародился на Урале в XVIII веке: в 1726 году были основаны первые мастерские, а в 1765 году в Екатеринбурге на базе местных мастерских была создана «Екатеринбургская гранильная фабрика». Данное предприятие существовало вплоть до 2004 г., но сейчас промысел развивается в рамках отдельных предприятий, таких как «Производственно-торговая фирма «Камни Урала»» (ассортимент на сайте включает в себя около 300 товаров) и камнерезная мастерская «Святогор» (основана в 1996 г., каталог изделий можно приобрести на сайте). Продажа изделий также осуществляется в рамках отдельных мастерских и не носит массовый характер.

Несмотря на отсутствие централизованного производства, данный НХП по-прежнему широко известен в России. В 1851 году, после Всемирной выставки в Лондоне, уральские мастера получили международное признание, а созданные ими произведения хранятся во многих мировых собраниях, однако современное уральское камнерезное искусство в значительной мере остается неизвестным иностранцам.

Значительную роль в популяризации промысла играют местные музеи. Так, в Музее изобразительных искусств г. Екатеринбурга существует постоянная экспозиция «Камнерезное и ювелирное искусство Урала». В Музее истории камнерезного и ювелирного искусства традиционно проходит выставка ежегодного всероссийского конкурса камнерезного, ювелирного и гранильного искусства «Металл, камень, идея». Важную роль в культурной жизни региона играет и Центр истории камнерезного дела, где проводятся лекции, экскурсии и мастер-классы для детей и взрослых, а также работает сувенирный магазин с произведениями из уральского камня. Так, например, 7 декабря 2024 г., в дату создания Центра, была проведена лекция об основных этапах

развития камнерезного искусства на Урале, месторождениях самых уральских камней, основных жанрах и техниках работы, а также жизни и творчестве местного мастера А.К. Денисова-Уральского, была проведена открытая экскурсия с мастер-классом. Местные гиды также предлагают индивидуальные экскурсии, посвященные камнерезному искусству. В 2024 г. в Екатеринбурге прошел XIII Всероссийский молодежный конкурс «Наследники Данилы-Мастера», призванный способствовать развитию творческого потенциала его участников через сохранение традиций уральского ювелирного и камнерезного искусства. Культурные события, посвященные уральскому камнерезному мастерству, проводятся и в других российских городах, в первую очередь в северной столице: в 2022 г. в Музее Фаберже г. Санкт-Петербурга прошла выставка «Русский эпос в камне: произведения современных уральских мастеров-камнерезов, а на октябрь 2024 – март 2025 запланировано проведение выставки «Камнерезное искусство Урала. Иные культуры» в Горном музее Санкт-Петербургского горного университета.

Поскольку центром уральского камнерезного мастерства традиционно являлся Екатеринбург, туристы легко могут добраться до этого развитого города-миллионника и найти место проживания в любой ценовой категории. Помимо огромного количества гостиниц и хостелов, есть возможность снять жилье, например, на Авито или Суточно.ру. В Екатеринбурге также существует достаточное количество кафе, баров и ресторанов, а снимая квартиру на одном из вышеупомянутых сайтах, туристы также получают возможность самостоятельно готовить себе еду, что позволяет экономить.

### **Холмогорская резьба (Архангельская область, Северо-Западный федеральный округ).**

Косторезный промысел на Севере России был известен уже с X–XIII веков, а первые упоминания о холмогорских мастерах относятся к середине XVII столетия [7, С. 50]. Основным производителем изделий является Фабрика Холмогорской резьбы по кости в селе Ломоносово, которая, как и фабрика Оренбургских пуховых платков, зародилась как артель в 1933 г. На сайте фабрики можно приобрести 94 изделия, среди них различные ювелирные изделия (броши, серьги, кулоны, гребни, заколки, бусы, кольцо, браслеты) и скульптуры, а в целом мастера предприятия выполнили свыше сотни тысяч заказов. Изделия также можно приобрести в некоторых интернет-магазинах.

Холмогорская резьба по кости получила широкую известность в XVIII веке, а в 1867 г. холмогорские резчики участвовали во Всемирной выставке в Париже. Впоследствии промысел возродился в XX веке: в советский период холмогорские резчики выполняли специальные подарки для Сталина, высокопоставленных чиновников и зарубежных гостей [5, С. 15]. В настоящее время НХП включен в федеральный реестр объектов нематериального этнокультурного достояния Российской Федерации.

В селе Холмогоры отсутствует отдельный музей косторезного искусства, однако в Историко-мемориальном музее М.В. Ломоносова в селе Ломоносово (отдельно стоит отметить, что он находится на острове, что затрудняет доступ туристов к нему) действует постоянная экспозиция «Холмогорская резная кость» (более 500 экспонатов). Постоянная выставка «Холмогорская резная кость» есть и в Музее изобразительных искусств г. Архангельска. Что касается иных просветительских мероприятий, в 2023 г. в рамках Московских сезонов во Всероссийском музее декоративного искусства состоялась лекция «Промыслы Русского Севера: холмогорская резная кость», а в усадьбном доме Е.К. Плотниковой в Архангельске прошла экскурсия «Холмогорская резная кость. Новые поступления». На фабрике проводятся мастер-классы резьбы по кости. Отдельные мастера участвуют на региональных, всероссийских и даже международных выставках, а их работы представлены в частных коллекциях и государственных музеях по всему миру. Ряд турфирм (AI Travel, Sputnik, Ветер Перемен) и местных гидов предоставляют экскурсии из г. Архангельска.

Села Холмогоры и Ломоносово расположены на расстоянии около 100 км от г. Архангельска, добраться до села Холмогоры можно рейсовым автобусом. Летом между селами действует паромная переправа, зимой – ледовая. В самих Холмогорах есть единственный хостел «Странник» (сайт у него отсутствует, в Яндекс картах можно обнаружить только телефон, а отзывы в основном негативные). Остальные базы отдыха, хостелы, гостиницы, гостевые дома (по информации на сайте

TripAdvisor, их около 30) расположены на расстоянии 30-60 км до села Холмогоры. В самом селе есть кафе и пекарня. Даже если предположить, что посетители в основном не планируют оставаться в селах на ночь, предпочитая возвратиться в Архангельск (для чего необходимо успеть на единственный автобус), с точки зрения инфраструктуры место бытования этого НХП является довольно благоустроенным, что отмечают и туристы [10].

### **Уэленская резная кость (Чукотка, Дальневосточный федеральный округ).**

История такого промысла народов Чукотки, как художественная обработка моржовой кости, насчитывает более 2 тыс. лет [11, С. 145], а кустарные объединения по производству изделий на продажу возникли в XIX веке. Резная кость Уэлена является «визитной карточкой» современной Чукотки. Поскольку село расположено всего в 60 км от США, искусство местных умельцев уже с XIX века было известно и иностранным китобоям и торговцам – американским, норвежским, японским.

Основанная в 1931 году Уэленская косторезная мастерская «Северные сувениры» имени Вуквола – старейшее художественное предприятие Чукотки, объединившая народных художников, резчиков и граверов по кости, которые и в настоящее время занимаются данным НХП в маленьком селе Уэлен (население 700 человек), самом восточном населенном пункте России и Евразии. К сожалению, у мастерской отсутствует свой интернет-сайт, а приобрести их изделия можно лишь посетив мастерскую. Изредка работы мастеров встречаются и в интернет-магазинах.

При мастерской имени Вуквола есть музей косторезного искусства, который вновь открылся в конце 2024 г. после реставрации. В анадырском музейном центре «Наследие Чукотки» представлено также и уэленское косторезное искусство; обширная коллекция предметов, относящихся к 1920-1930-м гг., хранится в Государственном историко-художественном музее-заповеднике в Сергиевом Посаде. Собрание резной и гравированной кости Магаданского областного краеведческого музея представлено образцами изделий известных уэленских мастеров и насчитывает свыше четырехсот единиц; также музей организовал виртуальную выставку «Искусство уэленских мастеров». Ряд изделий хранится в Русском музее. В 2021 г. в Государственном музее Востока прошла выставка косторезного искусства «Уэленская сказка», которая была частью более обширной экспозиции «Бесконечные оттенки белого», посвященной многообразию изделий из резной кости.

Мастера Уэленской косторезной мастерской традиционно принимают участие в Международном фестивале «Косторезное искусство народов мира» в Магадане. На фестивале 2021 г. уэленские умельцы стали обладателями Гран-при. В 2023 г. продолжательница дела уэленских косторезов Вероника Эргиро получила золотой диплом на XVII молодежных Дельфийских играх государств-участников СНГ в категории «Художественные ремесла», а в 2024 г. в Москве прошла XIX Международная выставка-ярмарка «Сокровища севера. Мастера и художники России», где приняли участие и мастера Уэленской косторезной мастерской.

Что касается инфраструктуры, то путешествие в такое удаленное место, как Уэлен, конечно, сопряжено со значительными трудностями. От г. Анадырь, где расположен аэропорт, необходимо добраться до районного центра, поселка Бухта Лаврентия (сюда также можно добраться на самолете). Отсюда до села Уэлен летает вертолет, однако частота рейсов разнится в зависимости от погоды. Также до места назначения можно добраться на катере или моторной лодке, а зимой - на вездеходах, буранах или даже собачьих упряжках. С 2022 г. в селе функционирует хостел на шесть спальных мест. Судя по информации из открытых источников, кафе или столовые в населенном пункте отсутствуют, однако по информации от местных жителей, есть несколько магазинов с достаточным ассортиментом [12]. Слабо развитая инфраструктура, однако, компенсируется возможностью насладиться потрясающими пейзажами и познакомиться с местной самобытной культурой.

### **Кубачинское оружие (Дагестан, Северо-Кавказский федеральный округ).**

Село Кубачи стало крупнейшим центром металлообрабатывающего ремесла уже в XIII–XV веках, а с начала XVIII столетия в Кубачи преобладает изготовление художественно отделанного холодного и огнестрельного оружия. Возрождение этого НХП, как и многих других, произошло в советское время. В 1924 году в селе была организована художественная артель, в 1960 г.



преобразованная в Кубачинский художественный комбинат – главный производитель кубачинского оружия [8, С. 60 – 61]. На комбинате есть небольшой музей, точнее комната образцов с работами лучших кубачинских ювелиров, и сувенирный магазин. Также работы местных мастеров можно приобрести на сайте предприятия, где представлено более 1000 наименований, в торговой галерее в Москве и в многочисленных интернет-магазинах.

Кубачинские изделия приобрели широкую мировую известность в советское время, получив Гран-при на Всемирной выставке искусства и техники в Париже в 1937 году, завоевали золотую медаль на Брюссельской выставке 1958 года, выставлялись в Нью-Йорке, Лейпциге, Оклахоме, Стамбуле, Кабуле, Монреале, Японии и многих других городах [1, С. 62]. И в настоящее время кубачинское оружие по-прежнему является ценным подарком, кинжалы и сабли с дарственной надписью используются как награды для публичных деятелей. Кубачи уже несколько сотен лет являются центром декоративно-прикладного искусства Дагестана, а сам промысел является одной из достопримечательностей республики.

В 2023 г. Государственный музей Востока представил выставку «Тайна кубачинского браслета», которая рассказала о трех представителях знаменитой кубачинской династии Магомедовых-Изабакаровых. В 2021-2022 гг. в Махачкале дважды прошла выставка-ярмарка «Кубачинское серебро», в рамках которой в том числе состоялись мастер-классы по производству кубачинских художественных изделий. Многочисленные турфирмы (Account.Travel, AI-Travel, GiudeGo, InRussiaToday, Sputnik, 1000 туров, ВType, ДагестТур, Магазин Путешествий, ЭкстраГид и др.) и местные экскурсоводы предлагают экскурсии в само село и на комбинат.

Кубачи расположено в 145 км от Махачкалы и в 74 км от Дербента, ряд экскурсий отправляются из этих городов. Кроме того, из них можно добраться на общественном транспорте, который, однако, ходит лишь пару раз в день. В селе есть несколько гостевых домов («Кубачи», «Красный дом», «Уют», варианты размещения можно найти и на сайте Суточно.ру. К более высокой ценовой категории можно отнести сра-отель «Кубачи» (стоимость номера – от 6 тыс. рублей за ночь). В селе есть маленькие магазинчики с небольшим ассортиментом продуктов и несколько кафе; в некоторых гостевых домах за дополнительную плату можно заказать питание, ресторан есть и в отеле «Кубачи».

Проанализировав шесть НХП в различных регионах России, можно сделать вывод, что наибольшую туристическую привлекательность из них имеют Гжель и оренбургский пуховый платок. Это обусловлено, во-первых, широкими возможностями приобрести изделия, в том числе через интернет. В этом отношении возможность приобретения оренбургских изделий несколько сужена, главным образом за счет борьбы с контрафактным, однако это дает возможность покупателю быть уверенным в приобретении качественного оригинального товара. Стоит также отметить широкий ассортимент изделий на сайте Кубачинского художественного комбината, а также наличие многочисленных интернет-сайтов, предлагающих изделия данного НХП. В наименее выгодном положении по данному критерию оказываются изделия уэленских косторезов, поскольку у мастерской имени Вуквола отсутствует интернет-сайт с возможностью доставки товаров, а также и на других интернет-сайтах изделия встречаются довольно редко.

Также и количество просветительских мероприятий, направленных на популяризацию НХП предсказуемо является наиболее многочисленным в отношении тех промыслов (гжель, оренбургские платки), которые уже известны публике и привлекают ее.

Для привлечения туристов крайне важным является наличие развитой инфраструктуры, и в этом отношении, конечно, в наиболее благоприятном положении находятся промыслы, развивающиеся в городах (оренбургский пуховый платок, уральское камнерезное искусство). В связи с развитой инфраструктурой в центральном регионе и близостью к Москве у туристов также есть хорошие возможности добраться до центров производства гжельской керамики. Доехать до сел Кубачи, Холмогоры или Ломоносово значительно сложнее, поскольку общественный транспорт в этих местах ходит намного реже, однако в дагестанском селе при этом более широкий выбор вариантов проживания, тогда как большинство гостиниц и баз отдыха находятся не в самих селах Архангельской области, а на некотором расстоянии от них. Данное обстоятельство отчасти компенсируется многочисленными экскурсионными предложениями, включающими в том числе

транспорт из более крупных городов Дагестана и Архангельской области. Посетить же самый восточный населенный пункт России село Уэлен, отважатся, скорее всего, лишь немногие туристы, поскольку путь туда занимает несколько дней, а варианты проживания и заведения общественного питания крайне немногочисленны или отсутствуют вовсе.

Тем не менее, каждый из проанализированных нами НХП имеет потенциал для развития туризма, несмотря на такие проблемы, как отток населения, удаленность от региональных центров и климатические условия. Локальные бренды, которыми в том числе выступают изделия народных промыслов, зачастую являются визитной карточкой территории, определяют ее туристическую привлекательность. Изделия народных промыслов – это сочетание, комплекс культуры людей, их истории, языка, верований, проживающих на той или иной территории. Именно этот набор смыслов и составляет идентичность территории, именно этот фактор и привлекает туристические, а вместе с тем и финансовые потоки в регионы. В свою очередь, НХП, удовлетворяя запрос потребителя на национальную идентификацию, получают шанс на возрождение и развитие, одновременно экономически развиваются и места их бытования, куда привлекаются в том числе и туристы-«потребители» НХП.

Таким образом, изделия НХП – это не только особая форма народного творчества, но и одновременно бренды мест бытования, их можно активно использовать в продвижении тех или иных регионов, так как через них туристы могут подробно ознакомиться с культурными особенностями территории. Сегодня, когда формируются новые тренды и направления в развитии внутреннего туризма, роль НХП становится особенно значимой: НХП являются одной из потенциальных точек роста экономики и туризма региона, источником развития его историко-культурной среды и сохранения культурного разнообразия.

#### Список источников:

1. Алиханов Р.А., Иванов А.А. Искусство Кубачи / Р.А. Алиханов, А.А. Иванов. Ленинград: Художник РСФСР, 1976. — 208 с.
2. Аманжолова Д.А. Научная классификация народных художественных промыслов как исследовательская и практическая проблема / Д.А. Аманжолова // Сервис +. — 2013. — №2. — С. 30-37.
3. Быстрова Е.В. Холмогорская резьба по кости / Е.В. Быстрова // Народное творчество. — 2007. — №3. — С. 60-65.
4. Ельчина А.П. Пуховязальный промысел полиэтнического региона. Практика сохранения оренбургского пухового платка в художественном музее / А.П. Ельчина // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. — 2017. — №3 (70). — С. 33.
5. Зубакин Б.М. Холмогорская резьба по кости. История и техника производства. / Б.М. Зубакин. Архангельск: ОГИЗ РСФСР - Сев. краев. изд-во, 1931. — 73 с.
6. Истомина Э.Г. Гжельская керамика (об истории промысла) / Э.Г. Истомина // Культурное наследие России. — 2013. — №1. — С. 18-21.
7. Карпухин С.В. К истории развития холмогорской резьбы по кости. литературный обзор / С.В. Карпухин // Археология евразийских степей. — 2020. — №5. С. 50-54.
8. Куцулова Ф.А. Кубачинское искусство / Ф.А. Куцулова // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. — 2022. — №1. — С. 59-64.
9. Оконникова Т.И., Погребова Е.С., Саранча М.А., Грачева Д.А. Исследование вовлеченности организаций народных художественных промыслов России в развитие туризма / Т.И. Оконникова, Е.С. Погребова, М.А. Саранча, Д.А. Грачева // Сервис +. — 2023. — №1. — С. 54-64.
10. Побывать в селе Ломоносово и вернуться к обеду в Архангельск // Правда Севера. 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://pravdasevera.ru/2021/04/01/60b0a0f4b43ef52e7c681975.html?ysclid=m4b6mc0vsa755347862> (дата обращения: 19.03.2025).

11. Стельмах К.И. Искусство уэленских мастеров. коллекция чукотско-эскимосской резной и гравированной кости в магаданском областном краеведческом музее / К.И. Стельмах // Изобразительное искусство Урала, Сибири и Дальнего Востока. — 2021. — №2. — С. 145-153.
12. Телеграмм-канал «Уэлен на краю земли» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://t.me/uelen\\_chukotka/4348](https://t.me/uelen_chukotka/4348) (дата обращения: 19.03.2025).
13. Appellation of origin AO-1397. WIPO Lisbon, the International System of Appellations of Origin [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://lisbon-express.wipo.int/pdf/NOTIF\\_44700\\_Registration%20notification%20-%20AO-1397.pdf](https://lisbon-express.wipo.int/pdf/NOTIF_44700_Registration%20notification%20-%20AO-1397.pdf) (дата обращения: 19.03.2025).
14. Bui H.T., Lee J. Souvenir Production and Attraction: Vietnam's Traditional Handicraft Villages // Tourism and Souvenirs: Glocal Perspectives from the Margins, ed. by Jenny Cave, Lee Jolliffe and Tom Baum. Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications, 2013. — Pp. 161 – 175.
15. Minh Hieu V., Rasovska I., Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of Vietnam // Management. — 2017. — Vol. 21(1). — Pp. 223-226;
16. Nyawo J., Mubangizi B.C. Art and Craft in local economic development: Tourism possibilities in Mtubatuba Local Municipality / J. Nyawo, B. C. Mubangizi // African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. — 2015. — Vol. 4(2). — 15 p.
17. Tapfuma M.M., Musavengane R., Magwaza R. The role of creative tourism through arts and crafts in promoting inclusive tourism in Zimbabwe / M.M. Tapfuma, R. Musavengane, R. Magwaza // Journal of Tourism and Cultural Change. — 2023. — Vol. 22(1). — Pp. 1-20.

## МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНАХ: ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ЛАТГАЛЕ, ЛАТВИЯ)

**Красавцев И.В.**, аспирант, инженер кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [krassavtsev@yandex.ru](mailto:krassavtsev@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье показано, как мастер-планирование объединяет национальные, региональные и муниципальные стратегии для повышения конкурентоспособности туризма в Латгале (Латвия). Рассмотрены проблемы разрозненности планов, отсутствия единого мониторинга и кадрового дефицита для туристских территорий и проектов в Латгале.

**Ключевые слова:** туризм, Латвия, приграничное сотрудничество, конкурентоспособность.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## MASTER PLANNING IN BORDER REGIONS: A TOOL FOR ENHANCING TOURISM COMPETITIVENESS (THE CASE OF LATGALE, LATVIA)

**Krasavtsev I.V.**, Graduate student, Engineer, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Abstract.** The article demonstrates how master planning integrates national, regional, and municipal strategies to enhance the competitiveness of tourism in Latgale (Latvia). It examines the problems of fragmented plans, the absence of unified monitoring, and the staffing shortages affecting tourist areas and projects in Latgale.

**Keywords:** tourism, Latvia, cross-border cooperation, competitiveness.

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

Мастер-планирование в приграничных регионах представляет собой системный подход к развитию туризма, сочетающий стратегическое видение, согласование действий на разных уровнях управления и жесткий контроль за реализацией проектов, направленных на укрепление конкурентоспособности территории. На примере региона Латгале в Латвии можно проследить, как отсутствие сквозного управления, недостаточная координация между национальными, региональными и муниципальными инициативами, а также низкая культура оценки эффективности проектов приводят к упущенным возможностям и недостаточному использованию богатых природных и культурных ресурсов региона.

Латгале охватывает 22,5 % территории Латвии и населена 14,5 % ее жителей, включая два города и 19 краев, каждый из которых имеет собственную стратегию развития, в том числе и в сфере туризма. Географическое положение Латгале на восточной границе ЕС создает предпосылки для развития приграничного туризма и межгосударственного сотрудничества, однако существующие модели управления не позволяют в полной мере раскрыть этот потенциал. Туризм в регионе специализируется на природных ресурсах – холмах, лесах, извилистых реках и двух крупнейших озерах Латвии (Лубана и Резна), а также на богатом культурном наследии с многовековой историей и многоэтнической составляющей. Несмотря на привлекательность этих активов, администрирование проектов, финансируемых из международных фондов, часто не включает



последующее измерение результатов; после завершения проектов их эффективность и устойчивость не контролируются, что обуславливает недоиспользование конкурентных преимуществ региона [6].

Одним из ключевых недостатков является отсутствие четких и единых показателей для оценки результатов туризма. По модели «эффективность = затраты / выгода», «затратами» являются расходы на труд, инфраструктуру, маркетинг, а «выгодой» – количество туристов, количество осуществленных «ночевок», выручка и добавленная стоимость [3].

В Латгале же данные о количестве туристов фиксируются лишь периодически и не связываются с затратами на проекты: например, проект «Water Joy» по развитию водного туризма, реализованный в рамках Программы трансграничного сотрудничества 2007–2013 Interreg, получил финансирование в объеме 1,34 млн евро. Важную роль в развитии туризма Латгале играло трансграничное сотрудничество с регионами России [1, 2], однако в настоящее время такое сотрудничество приостановлено. Важно отметить, что отсутствует система отслеживания количества туристов, воспользовавшихся новыми услугами, стоимости пакетов, а также расходов посетителей, что делает невозможным расчет показателя эффективности и соотношения вложений и результатов.

В 2024 году Латгале располагает актуальным набором стратегических документов, обеспечивающих развитие туристического сектора на разных уровнях управления. На национальном уровне действует «Маркетинговая стратегия развития туризма в Латвии на 2021–2027 гг.», в которых определены приоритеты маркетинга и продвижения высокодоходных туристских продуктов – от культурного и событийного до экологического и оздоровительного туризма. На региональном уровне в рамках Программы Interreg VI-A «Latvia–Lithuania» 2021–2027 реализуется маркетинговая инициатива по развитию туристского кластера Латгале: запущены цифровые выставки традиционных ремесел, направленные на трансграничное продвижение культурного наследия. На муниципальном уровне утверждены стратегии развития туризма для ключевых территорий: Стратегия развития туристско-рекреационного потенциала Прейлейского края на 2019–2025 гг., «Концепция развития туризма Даугавпилса 2020–2024», акцентирующая внимание на креативных инициативах и модернизации Двинской крепости в городской культурный хаб, а также «Концепция развития культурного туризма Резекне на 2021–2025 гг.», предусматривающая масштабную программу по реставрации памятников, созданию эко-маршрутов и внедрению локальных фестивальных продуктов. Разобщенность этих документов приводит к фрагментарности инициатив: на уровне краев и городов отсутствует единая система мониторинга, а механизмы адаптации и коррекции стратегий по итогам промежуточных оценок практически не работают.

Качество предоставляемых услуг напрямую зависит от квалификации кадров и состояния транспортно-инфраструктурной сети. Реконструкция системы улиц Резекне в 2013 году показала, что улучшение благоустройства городской среды способно существенно повысить приток туристов и, как следствие, выручку гостиниц, ресторанов и других сферы обслуживания. Вместе с тем многие сельские территории региона продолжают испытывать дефицит профессиональных работников туристской отрасли, о чем свидетельствуют отраслевые исследования и сообщения Латвийской ассоциации отелей и ресторанов. Чтобы преодолеть кадровый разрыв, муниципалитетам необходимо активнее сотрудничать с университетами, в частности с Резекненской технологической академией, разрабатывая и реализуя учебные программы и стажировки в сфере туризма, что позволит не только повысить административный потенциал специалистов, но и генерировать инновационные туристские продукты при участии студентов в практико-ориентированных проектах [6].

Инновационная составляющая мастер-планирования связана с созданием уникальных предложений, основанных на аутентичных культурных и природных особенностях Латгале. В регионе формируются концепции культурных маршрутов, включающих объекты исторического и лингвокультурологического значения – от архитектурных памятников и церковных ансамблей до мест, где сохраняются элементы латгальской речи и традиций. Для превращения этих идей в конкурентоспособные предложения необходима поддержка муниципальных и региональных

научных центров, которые могли бы разрабатывать специальные методики промо-активностей и оценивать восприятие туристов через опросы и отзывные системы [4].

Важным аспектом является координация финансирования: активное привлечение средств ЕС, национальных фондов и частных инвесторов требует наличия четкой дорожной карты («мастер-плана»), в которой бы были определены приоритетные направления, ответственные исполнители, график мероприятий и показатели успеха. В Латгале наблюдается высокая степень освоения грантовых средств на инфраструктурные проекты – мосты, дороги, общественные пространства – однако многие из них реализованы «точечно», без увязки с туристскими маршрутами и сервисами, что снижает их потенциал по интеграции в общую туристическую цепочку ценности.

Начиная с 2016 г. некоторые самоуправления региона стали формировать мультидисциплинарные группы, объединяющие специалистов отдела туризма, экономических аналитиков и представителей бизнес-сообщества, что позволяет оперативно корректировать маркетинговые кампании в зависимости от сезонности и отзывов посетителей. Так, в Прейльском крае были внедрены цифровые инфо-киоски с интерактивными картами на нескольких языках, что привело к росту спроса на локальные экскурсии на 12 % уже в первый год после установки оборудования [5].

К 2024 году владение цифровыми инструментами стало еще более критичным – региональные порталы переходят на единые стандарты Open Data, публикуя в открытом доступе статистику туристических потоков, тарифы на проживание и события календаря фестивалей. Это дает издателям специализированных приложений и туроператорам возможность создавать динамические маршруты и предлагать туристам персонализированные пакеты. Однако без централизованного мастер-плана недобросовестное или хаотичное внедрение таких технологий создает дополнительную путаницу для конечного пользователя.

Финальным звеном сквозного мастер-планирования должна стать система мониторинга и отчетности, которая на основе ключевых показателей эффективности (KPI) позволяет оценивать: темпы роста числа туристов, доходы отрасли, уровень занятости, удовлетворенность гостей и экологическую устойчивость. Опыт Латвии в целом свидетельствует о том, что эффективное внедрение KPI возможно лишь при наличии надежных баз данных и электронных платформ для сбора обратной связи. На региональном уровне необходим информационный центр при Латгальской региональной ассоциации, объединяющий данные со всех муниципалитетов, а на национальном – аналогичная служба в рамках Минэкономики Латвии для сопоставительного анализа и координации межрегиональных программ.

Без такого мастер-плана туризм Латгале рискует остаться сектором низкой добавленной стоимости с преобладанием разрозненных услуг и слабо дифференцированных маршрутов. Напротив, слаженное стратегическое планирование, направленное на повышение эффективности, качества и инноваций, даст Латгале возможность стать международным туристическим направлением с четко позиционированным брендом, опирающимся на исторические, культурные и природные преимущества региона.

Таким образом, внедрение мастер-планирования в приграничном регионе Латгале требует:

- разработки единой модели стратегий и оперативных планов на национальном, региональном и муниципальном уровнях;
- жесткой системы контроля и мониторинга ключевых показателей эффективности;
- повышения квалификации кадров через сотрудничество с университетами и создание практико-ориентированных учебных программ;
- интеграции инфраструктурных и культурных инициатив в единые туристские маршруты;
- активного применения цифровых технологий и стандартов открытых данных;
- создания регионального информационного центра для сбора, анализа и публикации статистики.

Только при реализации всех этих элементов мастер-плана туристическая отрасль Латгале сможет увеличить свою конкурентоспособность, обеспечить устойчивый рост и занять достойное место на международной туристической карте.

#### Список источников:

1. Голомидова Е.С. Потенциал развития трансграничных туристско-рекреационных микрорегионов «Пыталово-Резекне» и «Себеж-Резекне» // Псковский регионологический журнал. — 2018. — №. 4. — С. 143-151.
2. Манаков А.Г., Голомидова Е.С. Трансграничные туристско-рекреационные регионы на смежных территориях России, Эстонии и Латвии // Географический вестник. — 2018. — № 2(45). — С. 156-166.
3. Cracolici M.F., Nijkamp P., Rietveld P. Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency // Tourism economics. — 2008. — Vol. 14(2). — Pp. 325-342.
4. Dembovska I., Silicka I. Sustainable Development of Rural Tourism in Latgale // Latgale National Economy Research. — 2014. — Vol. 1(6). — Pp. 20-40.
5. Kodors S. et al. Rapid development of chatbot for tourism promotion in Latgale // Environmental Technologies Resources. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. — 2024. — Vol. 2. — Pp. 179-182.
6. Silinevica I. Competitiveness opportunities for tourism in Latgale Region // Latgale National Economy Research. — 2016. — Vol. 1(8). — Pp. 102-115.

## ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА: ВЛИЯНИЕ ОНЛАЙН-КАНАЛОВ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

**Лосева Е.С.,** студентка 4 курса бакалавриата по направлению «Международный гостиничный бизнес» Высшей школы управления Российского университета дружбы народов им.Патриса Лумумбы, losevaevgeniya9@gmail.com

**Зевеке О.Ю.,** доцент кафедры туризма и сервиса Высшей школы управления Российского университета дружбы народов, им.Патриса Лумумбы, канд. экон. наук, zeveke\_ou@pfur.ru

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы цифровой трансформации гостиничного бизнеса и ее влияния на устойчивое развитие туризма в регионах России. Проанализированы основные цифровые инструменты, включая системы онлайн-бронирования, поисковую оптимизацию, контент-маркетинг, контекстную и таргетированную рекламу, а также e-mail маркетинг. Выявлены ключевые тенденции и перспективы внедрения цифровых технологий, способствующих повышению конкурентоспособности гостиничного бизнеса и формированию устойчивых туристических экосистем.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, цифровые технологии, онлайн-продвижение, устойчивое развитие, туризм, региональная экономика, маркетинговые стратегии.

## DIGITAL TOOLS FOR PROMOTING THE HOTEL BUSINESS: ANALYSIS OF ONLINE CHANNELS FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF RUSSIA

**Loseva E.S.,** 4th year undergraduate student, International Hotel Business program, Graduate School of Management of the People's Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

**Zeveke O.Yu.,** Associate Professor, Department of Tourism and Service, Graduate School of Management of the People's Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Candidate of Economic Sciences

**Abstract.** The article examines the issues of digital transformation in the hospitality industry and its impact on sustainable tourism development in Russia's regions. The study analyzes key digital tools, including online booking systems, search engine optimization, content marketing, contextual and targeted advertising, and e-mail marketing. The research identifies major trends and prospects for implementing digital technologies that enhance the competitiveness of the hotel business and contribute to the formation of sustainable tourism ecosystems.

**Keywords:** hospitality industry, digital technologies, online promotion, sustainable development, tourism, regional economy, marketing strategies.

Современные цифровые технологии играют ключевую роль в трансформации гостиничного бизнеса, способствуя его интеграции в глобальную цифровую экономику. Интернет и мобильные технологии изменили поведенческие модели туристов, сделав процесс выбора, бронирования и проживания в отелях более удобным и персонализированным. В условиях высокой конкуренции гостиничный сектор активно использует цифровые инструменты для продвижения своих услуг, что оказывает влияние не только на доходность бизнеса, но и на развитие регионального туризма. В последние десятилетия цифровизация стала неотъемлемой частью успешной стратегии многих гостиничных сетей и независимых отелей по всему миру. Современные цифровые инструменты маркетинга в индустрии гостеприимства включают широкий спектр технологий и онлайн-каналов,



которые способствуют более эффективному взаимодействию с потребителями и оптимизации бизнес-процессов.

Электронные каналы продвижения в гостиничной индустрии представляют собой совокупность онлайн-технологий, направленных на улучшение конкурентоспособности гостиничного бизнеса, повышение качества клиентского обслуживания и оптимизацию затрат на маркетинг. Эти каналы охватывают широкий спектр инструментов, включая системы онлайн-бронирования, поисковую оптимизацию, активное использование социальных сетей, а также внедрение искусственного интеллекта для персонализации маркетинговых усилий. Ключевым аспектом электронных каналов продвижения является использование данных о поведении клиентов, что позволяет не только адаптировать предложения под индивидуальные предпочтения, но и корректировать ценовую политику, а также предлагать наиболее релевантные услуги, соответствующие запросам и ожиданиям туристов. [1]

Таблица 1. Классификация электронных каналов

| <i>Категория</i>                      | <i>Описание</i>                                                                                                                                         | <i>Особенности</i>                                                                                                                    |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Официальные веб-сайты гостиниц        | Собственные сайты отелей, предоставляющие подробную информацию об услугах, номерах, ценах и специальных предложениях.                                   | Возможность прямого бронирования без посредников, снижение расходов на комиссии, необходимость SEO-оптимизации и удобного интерфейса. |
| Платформы онлайн-бронирования (ОТА)   | Онлайн-агентства, такие как Ostrovok.ru, OneTwoTrip, которые предоставляют услуги по бронированию номеров.                                              | Широкий охват аудитории, высокая конкуренция между отелями, необходимость уплаты комиссий за каждое бронирование.                     |
| Социальные сети                       | Платформы, такие как Telegram, ВКонтакте, TikTok, Rutube используемые для взаимодействия с аудиторией и продвижения бренда.                             | Возможность публикации визуального контента, проведения акций и конкурсов, прямого общения с клиентами.                               |
| Email-маркетинг                       | Рассылка электронных писем с информацией о специальных предложениях, новостях и акциях.                                                                 | Высокая степень персонализации, возможность сегментации базы клиентов, измеримость результатов кампаний.                              |
| Метапоисковые системы                 | Платформы, такие как Google Hotel Ads, TripAdvisor, Trivago, сравнивающие предложения разных отелей и направляющие пользователей на сайты бронирования. | Увеличение видимости отеля, необходимость управления ставками и бюджетами для обеспечения конкурентоспособности.                      |
| Мобильные приложения                  | Собственные приложения отелей или партнерские платформы, предлагающие услуги бронирования и дополнительную информацию.                                  | Удобство для пользователей, возможность отправки push-уведомлений, интеграция программ лояльности.                                    |
| Контекстная и таргетированная реклама | Рекламные объявления в поисковых системах (Google Ads, Яндекс.Директ) и в социальных сетях, ориентированные на привлечение целевой аудитории.           | Гибкость настройки рекламы, возможность таргетинга на определенные группы клиентов, высокая эффективность при правильной стратегии.   |

| <i>Категория</i>                             | <i>Описание</i>                                                                                        | <i>Особенности</i>                                                                                                 |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Программы лояльности и реферальный маркетинг | Системы поощрения клиентов через накопление баллов, скидки за повторные визиты, реферальные программы. | Повышение лояльности клиентов, стимулирование повторных бронирований, привлечение новых гостей через рекомендации. |

Источник: составлено авторами

Одной из важнейших тенденций цифровизации гостиничного бизнеса в России является активное внедрение онлайн-каналов для продвижения и повышения видимости отелей и гостиничных комплексов на цифровых платформах. В условиях растущей конкуренции среди гостиниц, особенно в крупных туристических центрах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Сочи и Казань, гостиничные предприятия начинают активно использовать различные цифровые инструменты для привлечения клиентов и повышения их лояльности. В последние годы все больше гостиниц и отелей обращаются к современным системам онлайн-бронирования, таким как 1001Hotels, Ostrovok, Bronevik, Яндекс.Путешествия. Эти платформы позволяют отелям и гостиницам не только расширить свою клиентскую базу, но и повысить их репутацию за счет отзывов и рейтингов, предоставленных пользователями.

Активное размещение отелей на отельных агрегаторах подтверждают сервисы МТС Travel и Bronevik.com. Так, за 2023 год прирост количества объектов размещения в их базе составил 60%, а на конец июня 2024 года база выросла еще на 42% (к 2023 году) [4].

Кроме того, активно развивается SEO (поисковая оптимизация) для гостиничных веб-сайтов, что позволяет отелям повысить видимость в поисковых системах, таких как Google и Яндекс. Адаптация сайтов гостиниц под требования поисковых систем способствует улучшению позиций на поисковых платформах, что увеличивает количество органического трафика и позволяет привлекать больше потенциальных клиентов. В регионах с менее развитой туристической инфраструктурой использование SEO-оптимизации помогает гостиницам выделяться среди конкурентов и значительно увеличивает их шанс на привлечение туристов [2].

Вторым важным направлением является использование социальных сетей, которые становятся одним из мощнейших инструментов продвижения. В России популярными платформами для продвижения гостиничного бизнеса стали ВКонтакте и Telegram. Социальные сети позволяют не только информировать потенциальных клиентов о специальных предложениях, но и создавать имидж бренда, демонстрируя уникальные особенности гостиницы, ее расположение, сервис и атмосферу. Через эти каналы гостиницы могут напрямую взаимодействовать с клиентами, получать отзывы и оперативно отвечать на запросы, что значительно повышает уровень удовлетворенности гостей и их лояльность.

Третьей важной тенденцией является интеграция с мобильными приложениями для онлайн-бронирования и управления бронированиями. Использование мобильных платформ для бронирования номером и сервиса становится стандартом для современных путешественников. Такие приложения, как Ostrovok.ru и Яндекс.Путешествия, позволяют туристам бронировать отели на ходу, получать актуальную информацию о ценах и услугах, а также получать персонализированные предложения на основе их предпочтений и поведения [3].

Онлайн-каналы стали не только основными средствами продвижения гостиниц, но и играют решающую роль в формировании туристических потоков в регионах России. Влияние этих каналов на развитие туризма особенно заметно в удаленных и менее популярных регионах, где туристическая активность исторически была низкой. Онлайн-платформы позволяют таким регионам привлечь внимание путешественников, которые в противном случае могли бы не рассмотреть их как потенциальные направления для отдыха. Одним из примеров влияния онлайн-каналов является популяризация таких регионов, как Алтай, Башкортостан, Калининградская область и Камчатка. Туристы могут открывать для себя новые и уникальные направления, часто основанные на информации, представленной в социальных сетях и на специализированных туристических блогах. Местные гостиницы и туристические компании, размещая свой контент на этих платформах, имеют возможность привлекать клиентов не только из России, но и из-за рубежа.

Туристический поток также активно формируется благодаря контекстной и таргетированной рекламе, размещаемой на различных цифровых платформах. Современные рекламные системы и реклама в социальных сетях, позволяют точно настраивать рекламные кампании с учетом географических предпочтений, интересов и демографических характеристик целевой аудитории. Это позволяет гостиницам и туристическим объектам целенаправленно привлекать туристов, заинтересованных в определенных регионах России, и увеличивать туристический поток в этих областях. Например, контекстная реклама с использованием геотаргетинга может помочь привлекать туристов в менее посещаемые регионы России в межсезонье, когда туристический спрос традиционно снижается.

Кроме того, влияние онлайн-каналов заметно и в контексте формирования культурных и экологических потоков. Применение онлайн-платформ и социальных сетей позволяет организовывать тематические туры, фокусируясь на культурных и экологических ценностях региона. Например, использование онлайн-ресурсов для продвижения экотуризма и культурных маршрутов в Сибири или на Дальнем Востоке помогает формировать новые туристические интересы и увеличивает поток путешественников, заинтересованных в нестандартных формах отдыха [5].

Таким образом, влияние онлайн-каналов на формирование туристических потоков в регионах России трудно переоценить. Эти каналы не только предоставляют гостиницам возможность привлечь туристов со всего мира, но и способствуют развитию туризма в новых, незаслуженно забытых регионах. В будущем можно ожидать, что роль онлайн-каналов будет только увеличиваться, так как все большее количество туристов будет принимать решения о поездках, основываясь на информации, полученной через Интернет.

Перспективы развития цифровых инструментов в гостиничном бизнесе представляют собой важную составляющую будущего отрасли, в которой технологические инновации играют решающую роль в повышении качества обслуживания, увеличении конкурентоспособности и улучшении клиентского опыта.

Одним из наиболее перспективных направлений цифровизации гостиничного бизнеса является использование искусственного интеллекта и анализа больших данных для предсказания и удовлетворения потребностей клиентов. Большие данные (Big Data) представляют собой огромные объемы информации о поведении пользователей, получаемые из различных источников, таких как онлайн-бронирование, социальные сети, мобильные приложения и отзывы. Обработка этих данных с помощью алгоритмов ИИ позволяет гостиницам анализировать предпочтения клиентов, прогнозировать их запросы и предлагать персонализированные предложения. Для гостиничного бизнеса это открывает новые возможности для точечной настройки маркетинговых стратегий. Например, анализируя поведение туристов, отель может предсказать, какие услуги будут востребованы в определенное время года или какие пакеты услуг предпочтительнее для разных категорий клиентов. Кроме того, ИИ помогает оптимизировать ценовую политику, динамически регулируя стоимость проживания в зависимости от спроса и предложения. Это способствует максимизации доходности и увеличению заполняемости отеля. Применение ИИ в анализе отзывов гостей также позволяет оперативно реагировать на недовольство клиентов и улучшать качество обслуживания.

В заключение хочется подчеркнуть ключевую роль цифровых инструментов продвижения в обеспечении устойчивого развития гостиничного бизнеса и туризма в регионах России. Эффективное использование digital-маркетинга не только повышает узнаваемость и привлекательность региональных гостиниц, но и способствует более равномерному распределению туристических потоков, снижая нагрузку на популярные дестинации и стимулируя экономический рост в менее развитых областях. Внедрение и оптимизация таких инструментов, как системы онлайн-бронирования, платформы социальных сетей, контент-маркетинг и таргетированная реклама, позволяют гостиницам более точно охватывать целевую аудиторию, предлагать персонализированные услуги и формировать позитивный имидж региона. Таким образом, дальнейшее развитие и грамотное использование онлайн-каналов продвижения является ключевым фактором для обеспечения конкурентоспособности гостиничного бизнеса и создания устойчивой

туристической индустрии, способствующей социально-экономическому процветанию регионов России.

#### Список источников:

1. Алиева В.С., Година О.В., Максименко Л.С. Влияние внедрения технологических инноваций на конкурентоспособность предприятий индустрии гостеприимства в условиях цифровизации // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2023. – № 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vnedreniya-tehnologicheskikh-innovatsiy-na-konkurentosposobnost-predpriyatij-industrii-gostepriimstva-v-usloviyah> (дата обращения: 22.03.2025).
2. Денисова В.В. Анализ альтернативных каналов сбыта гостиничных услуг // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2024. – № 1–2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-alternativnyh-kanalov-sbyta-gostinichnyh-uslug> (дата обращения: 27.03.2025).
3. Маркетинг и продвижение гостиничных услуг: стратегии привлечения и удержания клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hotel-solution.com.ua/ru/news/marketing-and-promotion-of-hotel-services> (дата обращения: 22.03.2025).
4. Отели выходят в онлайн: гостиницы и апартаменты подключаются к сервисам размещения // Forbes.ru. 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/515945-oteli-vyhodat-v-onlajn-gostinicy-i-apartamenty-podklucatsya-k-servisam-razmesenia> (дата обращения: 27.03.2025).
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 24.03.2025).



## ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ И ВИННЫЙ ТУРИЗМ В ЭПОХУ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: НОВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Мельник А.А.** магистрант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, [melnikarina2002@mail.ru](mailto:melnikarina2002@mail.ru)

**Меркушова К.Р.** магистрант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, [kseniiamerkushova2002@gmail.com](mailto:kseniiamerkushova2002@gmail.com)

**Шабалина Н.В.** доцент кафедры рекреационной географии и туризма Географического факультета, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, [natshab@yandex.ru](mailto:natshab@yandex.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена оценке, выявлению проблем и перспективам развития гастрономического туризма в России, а также винного туризма в контексте гастрономического, причинам необходимости развития этого вида туризма в регионах, созданию и внедрению идей для развития гастротуризма в России.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, винный туризм, устойчивое развитие, локальные продукты, цифровизация, потребительские тренды.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## GASTRONOMIC AND WINE TOURISM IN THE ERA OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: NEW TRENDS AND PROSPECTS

**Melnik A.A.,** Master's student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Merkushova K.R.,** Master's student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Shabalina N.V.,** Associate Professor, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** The article is devoted to the assessment, identification of problems and prospects for the development of gastronomic tourism in Russia, as well as wine tourism in the context of gastronomic, the reasons for the need to develop this type of tourism in the regions, the creation and implementation of ideas for the development of gastronomy in Russia.

**Keywords:** gastronomic tourism, wine tourism, sustainable development, local products, digitalization, consumer trends.

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

Туризм в Российской Федерации становится заметной частью экономики, он составляет 3,47% ВВП страны или 3 трлн рублей. Последние 3 года развитие туризма переориентировано на внутренний рынок, что способствует сохранению культурного наследия, созданию новых туристских комплексов, созданию новых рабочих мест, росту уровня ВВП страны. Помимо перечисленных факторов, стоит отметить, что туризм имеет мультипликативный эффект. Развитие туризма в регионах напрямую влияет на объем инвестиций в строительство, развитие транспортной

инфраструктуры и т.д. Поэтому необходимо способствовать созданию и развитию новых видов туризма. Одним из быстро набирающих темпы и становящийся трендом в условиях устойчивого потребления является относительно новый вид туризма – гастрономический туризм и винный туризм как ответвление в контексте гастротуризма.

По оценке Российского союза туристической индустрии, данный сектор растет на 15-17% в год. В условиях растущей востребованности путешествий по стране каждый город и регион стремится создать уникальный продукт, в том числе выделиться и запомниться благодаря локальным продуктам и блюдам. По статистике 80% туристов заранее изучают местную кухню, 70% на основании этой информации даже принимают решение, куда поехать [5]. Современные туристы стремятся не просто увидеть достопримечательности, но и погрузиться в культуру страны или региона, в котором они находятся. Гастрономические и винные туры представляют возможность не только для дегустации местных блюд и напитков, но и для изучения культурных традиций, связанных с их производством и потреблением. Это способствует формированию культурной идентичности и пониманию социокультурных особенностей региона.

Для раскрытия потенциала гастрономического туризма в России, нужно уделить внимание теоретическим аспектам рассматриваемой темы. Возникновение и развитие гастрономического туризма можно проследить с древних времен. Люди всегда хотели путешествовать, а исследователи, торговцы и воины путешествовали по миру в поисках новых земель, ресурсов и продовольствия. Однако, только в двадцатом веке гастрономический туризм стал самостоятельным видом туризма. Зарождение гастрономического туризма обычно ассоциируют с послевоенным временем в Европе. После Второй мировой войны по мере того, как страны начинали перестраиваться и воссоединяться, люди проявляли интерес к культурам и кухням друг друга.

Создание Мишленовского путеводителя в 1900 году компанией «Michelin tires» сыграло значительную роль в популяризации гастрономии в Европе. Путеводитель давал звезды выдающимся ресторанам, поместив их на карту для гурманов. В результате люди начали планировать поездки специально для посещения этих заведений [4].

Еще одним важным фактором становления гастрономического туризма стала глобализация культуры питания. По мере того, как общество становилось все более взаимосвязанным благодаря торговле и миграции, у людей появился интерес к блюдам интернациональной кухни. В крупных городах стали появляться этнические рестораны, предлагающие блюда из разных уголков мира, а путешественники посещали эти аутентичные рестораны.

Термин гастрономический туризм был впервые сформулирован Люси Лонгом, доцентом кафедры народной культуры университета Bowling Green в 1998 г. Суть термина заключается в познании культуры через местную пищу. Однако, сейчас гастротуризм рассматривается как более широкое понятие, включающее в себя элементы разных видов туризма (рис. 1).

В настоящее время, существуют множество различных определений гастрономического туризма, зарубежные и российские авторы выделяют разные подходы к определению термина «гастрономический туризм». Данное понятие рассматривают в своих работах ученые Бабкин А.В., Боджгуа А.Ю.

Бабкин А.В. дает следующее определение: «Гастрономический туризм – это поездка по континентам и странам для ознакомления с особенностями местных кухонь, кулинарными обычаями, а также, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюда или продукты», «Гастрономический туризм как услуга – это нечто большее, чем просто обычная поездка, так как гастрономический туризм есть хорошо продуманный комплекс мероприятий для дегустаций традиционных в определенных местностях блюд, а также некоторых отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде на земном шаре, имеющих свой особенный вкус» [1].

В своих работах Боджгуа А.Ю. уточняет понятие гастрономического туризма: «Гастрономический туризм – это вид туризма, основанный на стремлении к познанию и изучению этнической единицы посредством знакомства с ее историей, национальной культурой и традициям, особенностями быта и хозяйствования через культуру потребления пищи» [2]. По мнению Боджгуа А.Ю.: «На современном этапе развития туристской индустрии важно предложение нового продукта, способного заинтересовать искушенного потребителя».

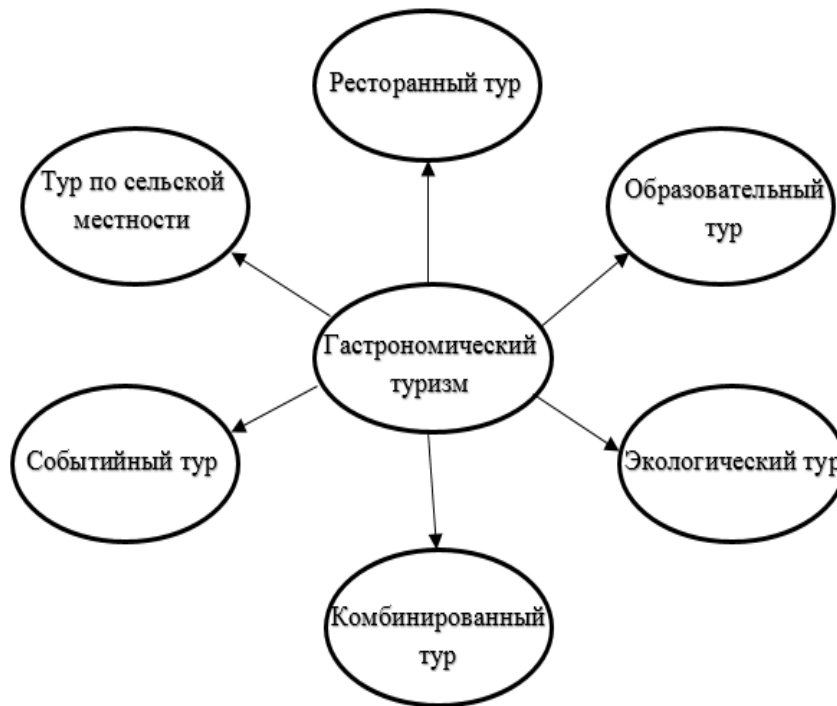


Рис. 1. Схема элементов, входящих в гастротур  
Источник: составлено авторами

Понятие винного туризма представляет собой ориентированный на дегустацию и приобретение винной продукции прямо с винодельни вид туризма. Принято считать, что винный туризм появился в 1930-х годах в Германии, когда состоялось открытие Немецкой винной дороги, а также параллельного маршрута по виноградникам Бургундии. Однако, термин винного туризма был сформулирован значительно позже, винный туризм является ответвлением гастрономического туризма, но некоторые ученые предлагают выделять его отдельно от гастрономического туризма. Например, Профессора К. Майкл Холл и Ричард Митчелл в 1996 году в статье «Wine Tourism: An Overview» дали четкое определение: «Винный туризм — это посещение виноградников, виноделен, винных фестивалей и винных регионов с целью познакомиться с культурой виноделия и дегустировать вина». Их книга «Wine Tourism Around the World» (2000) стала фундаментальным трудом, закрепившим термин в науке.

Гастрономический туризм на современном этапе развития включает в себя множество разнообразных активностей: дегустации, мастер-классы, посещение мест производства, местных рынков, фестивалей, обмен опытом и знакомство с шефповарами.

Важно рассмотреть вопрос создания уникального имиджа региона посредством гастрономического туризма. Региональные продукты могут стать брендом в регионе. Например, Фестиваль огурца в Суздале, в 2024 г. его посетило более 14 тыс. человек, и каждый год количество туристов увеличивается примерно на 2 тыс. человек, что говорит об успешности данного проекта. В Суздале начали производить местные продукты: огуречное варенье в рамках фестиваля можно купить, только посетив мероприятие.

Что касается винного туризма, в России проводятся множество винных фестивалей в южной и центральной России. В Республике Крым из крупнейших эногастрономических фестивалей является «Ноябрьфест», организованный благодаря нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Фестиваль проводится в целях популяризации крымского виноделия и кулинарии, а также с целью привлечения туристов в межсезонье. В фестивале участвуют 15 предприятий, которые устраивают дегустации, экскурсии, выставки и мастер-классы, а количество гостей достигает 10 тыс. человек [6].

Центр туризма «Абрау-Дюрсо» показал передовой опыт развития винного туризма в России, который был основан на принципе «Не просто винодельня, а мультимедийный курорт». Здесь гармонично объединили винный туризм, гастрономию, искусство и событийный маркетинг, что может служить примером не только для российских компаний, но и для международного рынка. Ежегодно туристический комплекс принимает около 500 тыс. гостей.

Однако вышеупомянутые примеры имеют локальный, не масштабный характер. Для увеличения популярности эногастрономического туризма, необходимо создание общего масштабного фестиваля в крупном городе на юге России, который объединил бы на одной площадке множество производителей вина и местных продуктов.

Для сравнения рассмотрим успешный зарубежный опыт, которым является проведение «October fest» - пивного фестиваля в Германии. За 2024 год фестиваль посетило 6,8 млн человек. Туристы со всего мира приезжают в Мюнхен, чтобы продегустировать местное пиво. Благодаря данному фестивалю немецкое пиво ассоциируется с высоким качеством. Местный продукт стал брендом территории, а проведение фестиваля поспособствовало притоку туристов в регион и созданию положительного имиджа региона.

В условиях глобальных экологических вызовов и трансформации потребительских предпочтений, устойчивое развитие, цифровизация и персонализация становятся ключевыми драйверами отрасли. Мы проанализировали актуальные тренды и перспективы, а также их влияние на формирование новых туристических продуктов в России и мире.

Гастрономический и винный туризм стоят на пороге трансформации: из элитарного увлечения они превращаются в платформу для устойчивого развития регионов. Устойчивое развитие подразумевает гармоничное сосуществование экономических, социальных и экологических аспектов. В контексте нашей темы это означает, что требуется уделять особое внимание поддержке местных производителей, экологической ответственности и культурному обогащению.

С увеличением осведомленности о проблемах устойчивого развития и экологии, потребители становятся более избирательными в своих предпочтениях. Экологический аспект акцентирует внимание на сохранении природных ресурсов, позволяет не только наслаждаться местной кухней и винами, но и осознанно подходить к выбору продуктов и методов производства. Например, винодельни и рестораны, ориентированные на устойчивое развитие, часто используют органические и экологически чистые ингредиенты. Это способствует минимизации использования химических удобрений и пестицидов, а также внедрению практик, направленных на сохранение биоразнообразия. Возможность участия в сборе урожая или в процессе производства продукта создает дополнительную ценность для туристов, стремящихся поддерживать местные экономики и экологические инициативы [3].

Нарастающую популярность в последнее время имеют этно-гастрономические туры, которые представляют собой погружение в культуру народа через аутентичные кулинарные практики, ритуалы приема пищи, использование локальных продуктов и исторические реконструкции. В России данное направление может иметь особый успех в развитии и популярности, что обусловлено многонациональным разнообразием и многообразием природных условий. Этно-гастрономические туры могут стать важным инструментом в продвижении туристических дестинаций страны, привлекая внимание как отечественных, так и иностранных туристов. Развитие этого направления позволит туристам не только лучше познакомиться с посещаемым регионом, но и поспособствует поддержке местных производителей и фермеров: увеличит доходы местных семей, сохранит и популяризирует традиционные рецепты, увеличит рост продаж локальных продуктов. Такие туры могут включать в себя образовательные элементы, например, лекции о местной культуре, истории и гастрономии, что также позволяет расширить кругозор, глубже понять культуру и традиции народов.

Важно отметить, что включенные в туры образовательные компоненты, такие как мастер-классы, дегустации и экскурсии по производственным процессам способствуют повышению осведомленности туристов о важности устойчивого потребления, экологии и охраны окружающей



среды. Образование в этой области может вдохновлять туристов применять полученные знания в своей повседневной жизни.

Гастрономические и винные туры охватывают еще один тренд, связанный с уникальными и персонализированными впечатлениями. В условиях глобализации и стандартизации туристических услуг, потребители все чаще ищут уникальные и персонализированные впечатления, которые могут обогатить их путешествия. Современные туристы становятся более осознанными в своих выборах, стремясь к аутентичности и уникальности. Акцент на индивидуализированный опыт становится ключевым фактором конкурентоспособности в сфере гастрономического и винного туризма.

Развитие цифровых технологий и социальных медиа, значительно изменило подход к путешествиям. Визуальный контент, связанный с гастрономией и виноделием, становится вирусным, что способствует формированию интереса к данным видам туризма. Публикации о кулинарных и винных опытах становятся важным фактором, влияющим на выбор направления путешествия.

Таким образом, на эволюцию гастрономического туризма повлияло множество факторов, начиная от появления путеводителей по еде и заканчивая влиянием социальных сетей. Если раньше был интерес попробовать новые блюда разных кухонь мира, то в современном мире гастрономический туризм – это глобальное явление, путешественники ищут аутентичные кулинарные впечатления и погружение в культуру. В заключение можно отметить, что в ближайшие 5 лет у России есть потенциал не только увеличить количество внутренних туристских посещений, но и внешних, при должном развитии гастрономического направления, важно учитывать новые тренды, успешный мировой и российский опыт при разработке и реализации гастрономических туров и мероприятий, которые объединяют в себе уникальность, традиционность и разнообразие.

#### Список источников:

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма – М.: Финансы и статистика. Учебное пособие / Бабкин А.В. — 2018. — С. 315–317.
2. Боджгуа А.Ю. Организационно-экономические аспекты формирования и развития этно-гастрономического туризма. Москва. — 2019. — С. 97.
3. Нехаева Н.Е., Терехова Ю.С. Гастрономический туризм, как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире. — 2020. — С. 85-89.
4. Официальный сайт «Michelin Guide» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://guide.michelin.com/en/restaurants> (дата обращения: 18.03.2025).
5. Официальный сайт Международной выставки туризма и индустрии гостеприимства (MITT): гостротуризм [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mitt.ru/ru/media/news/2024/december/12/gastroturizm-mitt-2025/> (дата обращения: 25.03.2025)
6. Туристический портал Крыма: #Ноябрьфест – эногастрономический месяц в Крыму [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://travelcrimea.com/gastroturizm/20231108/543393.html> (дата обращения: 19.03.2025)

## ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ТРУДНОДОСТУПНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ РОССИИ

**Пирогова Н.С.**, магистрант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, *nika.pirogova.2014@mail.ru*

**Чернышева П.А.**, магистрант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, *polina.chernysheva17@mail.ru*

**Валькова Т.М.**, доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, канд. геогр. наук, *valkovatm@yandex.ru*

**Аннотация.** В статье рассматриваются факторы развития туризма на труднодоступных территориях, проблемы и перспективы развития. Рассмотрено определение понятия труднодоступные территории, выявлены основные проблемы определения критериев отнесения территорий к труднодоступным, проведен анализ социально-экономических и географических особенностей отдаленных территорий.

**Ключевые слова:** туризм, труднодоступные территории, отдаленные территории, арктический туризм, туризм на Дальнем Востоке

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## FACTOR ANALYSIS OF TOURISM DEVELOPMENT IN HARD-TO-REACH TERRITORIES OF RUSSIA

**Pirogova N.S.**, Master's student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Chernysheva P.A.**, Master's student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Valkova T.M.**, Associate Professor, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Candidate of Geographic Sciences

**Abstract.** The article examines the factors of tourism development in hard-to-reach areas, problems and development prospects. The definition of the concept of hard-to-reach areas is considered, the main problems of determining the criteria for classifying areas as hard-to-reach are identified, and an analysis of the socio-economic and geographical characteristics of remote areas is conducted.

**Keywords:** tourism, hard-to-reach areas, remote areas, arctic tourism, tourism in the Far East.

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

Россия занимает первое место в мире по площади территории. Большая часть страны находится в суровых климатических условиях и слабо заселена. Некоторые регионы удалены от основных центров ведения хозяйственной деятельности и не имеют круглогодичного транспортного сообщения с другими территориями. Тем не менее, они могут иметь важное стратегическое значение для страны, обладать огромным разнообразием полезных ископаемых, богатым культурным наследием, уникальным биоразнообразием и высоким уровнем туристско-рекреационного потенциала. Несмотря на свою труднодоступность, такие локации привлекают все

большее количество туристов. Глобальное потепление постепенно приводит к смягчению климата удаленных территорий: повышается уровень их транспортной доступности, формируется инфраструктура, что позволяет активизировать хозяйственную деятельность и развивать туризм.

В данной статье рассматриваются труднодоступные территории, относящиеся к Арктической зоне Российской Федерации (далее - АЗРФ), субъектам Дальневосточного федерального округа (далее - ДФО), районам Крайнего Севера и местностям, приравненным к районам Крайнего Севера. Важно отметить, что некоторые административно-территориальные единицы могут входить сразу в несколько категорий и обладают своими индивидуальными региональными факторами.

*Труднодоступные территории.* Рассмотрим основные понятия исследуемого вопроса. В российском законодательстве не сформулировано единого определения термина «труднодоступная территория». Часто в качестве синонимов используются понятия «территория с суровыми климатическими условиями», «отдаленная местность», «малонаселенная территория», однако разница между данными терминами очевидна. Понятие труднодоступных территорий встречается в различных нормативно-правовых актах как регионального, так и федерального уровней, однако ни в одном из них не дается четкое определение самому термину. В данных документах сказано, что список таких территорий устанавливается субъектами федерации самостоятельно. То же касается термина «малонаселенные территории», которые самостоятельно определяются субъектами относительно их средних региональных демографических показателей. Например, в Орловской области территория считается малонаселенной, если в ней проживает менее 200 чел. В Федеральном законе № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» предусматривается процедура упразднения поселения, если в нем осталось менее 100 жителей. Более того, применительно к различным сферам ведения деятельности (например, оказание юридической помощи, применение кассовых аппаратов) формируют различные списки «отдаленных» и «труднодоступных» местностей [10, 11].

Таким образом, критериями отнесения территории к труднодоступной являются:

- суровые климатические условия (низкая температура воздуха, природные катаклизмы: ледяные дожди, гололеды, обледенения, наводнения, лесные пожары, в горных районах - оползни, лавины, селевые потоки и другие опасные природные явления),
- особые физико-географические условия (пустыня, высокогорье),
- удаленность от районных центров,
- малая населенность (низкая плотность населения, малая численность населения),
- отсутствие регулярного транспортного сообщения.

Для включения местности в число труднодоступных должно выполняться несколько критериев одновременно. Ошибочно можно предположить, что все территории, имеющие суровые климатические условия, являются труднодоступными. Например, отдельные районы Мурманской области, полностью относящейся к АЗРФ (одним из критериев выделения Арктической зоны (с физико-географической точки зрения) является средняя температура июля 10° С, что подразумевает присвоение статуса территорий с суровыми климатическими условиями), нельзя назвать труднодоступными. В южной части Тюменской области к труднодоступным относят районы так называемого Заболотья, где уровень транспортной доступности крайне низок в связи с природными особенностями территории (заболоченность), при этом достаточно благоприятный климат. Труднодоступные территории также выделяют в Ивановской, Ленинградской, Брянской, Сахалинской областях и др. Следовательно, труднодоступность территорий в Ивановской и Сахалинской областях будет совсем разной и несравнимой. Кроме того, наблюдается сильное расхождение между региональной политикой различных субъектов и использования ими критериев отнесения территорий к труднодоступным [10, 11].

Таким образом, обобщая вышесказанное можно дать следующее определение понятию «труднодоступная территория» - территория, которая в силу природных, географических и социально-экономических причин находится на удаленном расстоянии от населенных пунктов, не

*имеющая регулярного транспортного сообщения с региональным центром и характеризующаяся суровыми климатическими условиями*<sup>9</sup>.

В силу неоднородности природных условий в России единого перечня критериев, а также списка труднодоступных территорий выделено быть не может. Однако можно ввести региональные перечни критериев - для Европейской части, Сибири, Дальнего Востока, разделяя их на Северную часть (менее освоенную) и Южную часть (более освоенную).

Отдаленные территории, как правило, слабо заселены и часто не в полной мере реализуют свой социально-экономический и туристский потенциал. Затраты для осуществления здесь экономической деятельности в разы выше, чем на других территориях, что делает нерентабельным ведение почти любой деятельности (за исключением добычи полезных ископаемых, туризма) ввиду сложных природно-климатических условий и неразвитости транспортной логистики. Местное население испытывает сложности с трудоустройством, доступом к социальной и культурной инфраструктуре, что приводит к общему снижению качества жизни, оттоку трудоспособного населения и, соответственно, замедляет развитие территории. Важно отметить, что данные процессы характерны не для всех отдаленных территорий и зависят от типа заселения: в населенных пунктах с вахтовым типом заселения не происходит оттока населения. Обратную ситуацию можно наблюдать в настоящий момент в старопромышленных районах, например, в г. Воркуте [8, 10, 11].

Все эти факторы, с одной стороны, препятствуют развитию туризма, с другой – привлекают все большее количество путешественников, которые хотят познакомиться с традиционным образом жизни коренных малочисленных народов севера (далее – КМНС), первозданной природой, уникальными флорой и фауной. Туризм в этом смысле является эффективным инструментом экономического развития региона, имеющим мультипликативный эффект, нивелирующим диспропорции уровня развития территории, способствующим диверсификации экономики и активизирующим предпринимательскую деятельность, привлекающим инвестиции, создающим рабочие места, стимулирующим развитие смежных отраслей: для развития туризма важна доступность и своевременность медицинской помощи, особенно с учетом суровых природно-климатических условий и количества туристов, занимающихся экстремальными видами спорта; наличие коллективных или индивидуальных средств размещения, мест питания, получения страховых услуг и бесперебойного проведения банковских операций; продуктов первой необходимости, возможность покупки сувенирной продукции и аренды специального снаряжения. Данный комплекс экономических и социальных изменений приводит к повышению уровня жизни населения территории и ее туристской привлекательности. Однако важно сохранять баланс между устойчивым развитием территории и сохранением ее исключительности, так как чрезмерная доступность может привести к потере уникальности дестинации. Взаимодействие с местным населением и коренными народами, являющимися частью уникальной культуры и вместе с природой формирующими хрупкую экосистему территории, становится важным пунктом туристского мастер-планирования. Туризм может привести как к увеличению доходов местного населения, стать возможностью продвижения традиций и ценностей, так и разрушить привычную среду обитания. При планировании важно учитывать права местного населения на природные, в т.ч. водные, ресурсы территории, землю и пр. [1, 2, 3]

*Факторный анализ в туризме.* Факторный анализ как один из методов исследования какого-либо феномена с целью выявления факторов, влияющих на наблюдаемое явление, находит свое применение в туризме. С помощью факторного анализа производится оценка влияния тех или иных факторов на развитие туризма в целом и отдельных его видов в конкретном регионе. Исследование факторов, обеспечивающих развитие туризма на территории, позволяет распознать сильные и

<sup>9</sup> В Российской Федерации не существует постановления, регламентирующего критерии определения суровых климатических условий. Однако в ГОСТе 12.4.303-2016 «Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Одежда специальная для защиты от пониженных температур. Технические требования» содержатся рекомендации по выбору спецодежды в соответствии с ее теплозащитными свойствами для эксплуатации в конкретном климатическом поясе. В данном нормативно-правовом акте выделяются 5 климатических поясов: I, II, III, IV и Особый. Эти 5 зон характеризуются разной температурой, влажностью и скоростью ветра в зимнее время. Зонами с суровыми климатическими условиями можно считать: Особый, IV и частично III [4].



слабые ее стороны, а также принять обоснованное решение для эффективной поддержки региональной туристской деятельности. Помимо этого, факторный анализ позволяет выявить скрытые переменные, которые являются определяющими при выборе туристом именно этого вида деятельности в дестинации. Эти неявные переменные могут включать в себя такие параметры как качество туристской инфраструктуры или наоборот ее отсутствие, доступность природных и культурно-исторических ресурсов, степень нанесения ущерба окружающей среде и др. [5, 9].

Факторы, влияющие на развитие рынка туристских услуг, подразделяются на внешние и внутренние. Ко внешним факторам относятся: глобальные социально-экономическая и политическая ситуации, экологическая повестка, технологическое развитие, санитарные условия и др. Эти же факторы могут быть и внутренними.

Несмотря на важность внешних факторов, большую и решающую роль играют внутренние. К таковым в контексте туризма относят: демографическая ситуация, туристско-рекреационный потенциал территории, состояние инфраструктуры, эффективность административного управления и общественных инициатив по развитию туризма, качество услуг, маркетинговая политика, безопасность, разнообразие туристского продукта, инновационность технологий и пр. Важно отметить, что зачастую при развитии туризма в труднодоступных регионах не учитываются факторы, имеющие региональную специфику и присущие именно отдаленным территориям. Таким образом, можно выделить следующие группы, прежде всего, внутренних факторов (так как они наиболее важны в контексте рассматриваемых территорий), которые важно учитывать при развитии туризма на труднодоступных территориях (таблица 1) [5, 6, 7].

Таблица 1. Факторы, влияющие на развитие туризма на труднодоступных территориях

| <i>Группа факторов</i>           | <i>Описание</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <i>Возможные региональные особенности труднодоступных территорий</i>                                                                                                                                         |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Природно-климатические           | Природное разнообразие территории, климатические условия, наличие объектов природного и культурного наследия.                                                                                                                                                                                                                                                                               | Уникальные ландшафты, нетронутость флоры и фауны, суровые климатические условия.                                                                                                                             |
| Социальные                       | Наличие трудоспособного населения, уровень благосостояния населения, его вовлеченность в туристскую деятельность.                                                                                                                                                                                                                                                                           | Отток трудоспособного населения, слабая вовлеченность в туристскую деятельность.                                                                                                                             |
| Культурные                       | Наличие уникальных культурных особенностей и традиций местного населения.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Проживают КМНС, имеющие свою собственную культуру, традиции и традиционные виды деятельности, которые важно уважать и бережно сохранять.                                                                     |
| Инфраструктурные                 | Транспортная доступность, транспортная инфраструктура (автомобильная, железнодорожная, авиасообщение, общественный транспорт), коллективные средства размещения, банки, рестораны, центры проведения досуга, туристско-информационные центры, музеи (их наличие, количество, возможность предоставления услуг разного вида и уровня качества, соответствие международным стандартам и пр.). | Низкая плотность населения, до некоторых территорий можно добраться, только используя чартерное авиасообщение, зимники или только в период летней навигации. Туристская инфраструктура развита крайне слабо. |
| Экономические и административные | Поддержка государством малого и среднего бизнеса, привлечение инвестиций, программы поддержки и налоговые преференции в сфере туризма.                                                                                                                                                                                                                                                      | Налоговые и административные преференции резидентам (например, АЗРФ), однако не все территории, считающиеся Арктикой в физико-географическом плане, входят в АЗРФ и получают льготы; нет единого алгоритма   |

| Группа факторов | Описание                                                                                                                                                                                                      | Возможные региональные особенности труднодоступных территорий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |                                                                                                                                                                                                               | подсчета статистических данных, соответственно, отсутствие возможности проведения эффективного стратегического планирования.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Маркетинг       | Маркетинговая стратегия территории: продвижение территориального бренда, реклама, участие в выставках, использование информационных ресурсов (сайты, брошюры, медиа-контент, ведение социальных сетей и пр.). | Уникальные бренды труднодоступных территорий сложнее продвигать, недостаточно реализуются существующие туристские стратегии развития территорий.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Психологические | Восприятие людьми образа дестинации, личные предпочтения, туристов, субъективное отношение туристов к образу дестинации, личный туристский опыт.                                                              | В связи с тем, что в интернет-пространстве преобладают научные тексты, подчеркивающие суровые климатические условия и отдаленность территорий, у потенциальных туристов может складываться заведомо некорректное представление о наличии и разнообразии туристской инфраструктуры, особенностях климата в отдаленных территориях и пр.                                                                                                                                |
| Безопасность    | Наличие соответствующей инфраструктуры (информационные знаки, укрытия), проведение инструктажа.                                                                                                               | В связи с частыми опасными природными явлениями (лавины, метели, бураны, ледоходы, сильные заморозки и др.), проживанием на данных территориях крупнейших хищников (медведи, тигры и др.), при развитии туризма используется гораздо большее количество нормативно-правовых документов (ГОСТы и пр.), чем на любых других территориях, что отчасти приводит к строжайшему соблюдению техники безопасности и, как следствие, большей безопасности туристских программ. |
| Экологические   | Устойчивое развитие территории, уровень экологической осознанности граждан, воздействие на природу                                                                                                            | Обладают очень хрупкой экосистемой, уязвимой к антропогенной нагрузке                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

Источник: составлено авторами по данным открытых источников

Вышеперечисленные факторы могут выступать как барьерами, так и преимуществами при развитии туризма. При отборе ключевых групп факторов анализа туристско-рекреационного потенциала труднодоступных территорий выделяются следующие проблемы:

1. *Недостаточная адаптация методик к региональной специфике.* Большинство подходов, которые используются для выделения факторов развития туризма, не применимы к труднодоступным территориям. К примеру, стандартные модели оценки транспортной доступности, которые могут быть задействованы в Европейской части России, плохо накладываются на Дальний Восток ввиду географических и демографических различий. При этом, учитывая специфику видов туризма и их целевой аудитории, в отличие от Европейской части (за исключением ее Севера) на отдельных труднодоступных территориях недостаточное развитие того или иного показателя может наоборот быть фактором развития территории, так как это выступает признаком минимального антропогенного воздействия, ощутить которое и едут туристы.

2. *Неполнота исследуемых данных.* Факторный анализ развития туризма на труднодоступных территориях ограничен ввиду недостатка статистических данных. В некоторых субъектах мониторинг данных, характеризующих уровень развития туризма, не проводится или проводится нерегулярно, что затрудняет сбор данных и анализ показателей. Эта проблема характерна для исследования туризма в целом в России и в мире, однако наиболее остро она стоит при изучении отдаленных территорий.
3. *Отсутствие комплексного подхода.* Для анализа туристско-рекреационного потенциала территории необходимо учитывать максимальное количество факторов. Те методы, которые основаны только на экономических показателях зачастую не учитывают социокультурные и экологические аспекты. Поэтому необходимо разрабатывать методики комплексного факторного анализа, включающие максимальное количество факторов и учитывающие их региональную специфику.
4. *Слабая вовлеченность местного населения в процесс исследования.* Некоторые методики факторного анализа игнорируют мнение КМНС относительно развития туризма на территории их исконного проживания, возведения новых объектов туристской инфраструктуры. Именно поэтому при разработке мастер-планов туристско-рекреационного освоения труднодоступных территорий важно проводить глубинные качественные исследования (интервьюирования).

#### *Заключение*

1. Труднодоступные территории обладают богатыми природными и этнокультурными ресурсами, которые являются их визитной карточкой и мощной базой для развития всех природно-ориентированных и этнокультурных видов туризма. Туризм на таких территориях имеет большой потенциал развития, однако следует бережно относиться к их уникальной природе, культурным и этническим особенностям.
2. Термины «труднодоступная территория», «отдаленная местность», «удаленная территория», «малонаселенная территория» и иные трактовки не имеют четких определений и используются регионами по-разному в зависимости от целей исследования и индивидуальных социально-экономических показателей. Создание единого списка критериев выделения таких территорий не представляется возможным, поэтому для развития подобных местностей требуется детальная проработка региональных особенностей и комплексный подход к изучению.
3. Сегодня развитие туризма на труднодоступных территориях сталкивается со множеством барьеров: недостаточная поддержка малого и среднего бизнеса, ограниченная транспортная доступность, недостаточная проработка существующих программ развития туризма, отсутствие надлежащей инфраструктуры, в частности, туристской и пр. Это вызовы, которые необходимо преодолевать для достижения высоких показателей развития туристской деятельности в регионе и улучшения имиджа дестинации на туристском рынке. При этом важно соблюдать баланс между туристским развитием территории и сохранением ее идентичности, т. к. есть риск исчезновения основы туристской привлекательности, в качестве которой может выступать, в т. ч., именно труднодоступность и отсутствие специализированной туристской инфраструктуры.
4. Один из немаловажных факторов, влияющих на эффективное мастер-планирование туристской территории, это вовлеченность местных жителей, особенно КМНС, в проектный этап работ и учет их мнения при разработке программ развития территории.
5. Недостаточная проработка методик факторного анализа влияет на точность его результатов: методики анализа отдельных факторов не адаптированы к особенностям труднодоступных территорий, не все методики используют комплексный подход. Для достижения целей по эффективному планированию развития туризма в данном регионе необходимо рассматривать факторы в совокупности, а также учитывать слабые и сильные стороны именно труднодоступных территорий как туристских дестинаций.

**Список источников:**

1. Арктическая зона Российской Федерации // Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://erdc.ru/about-azrf/> (дата обращения: 01.12.2024).
2. Валькова Т.М., Шумков Д.С. Арктический туризм на Шпицбергене: современное состояние, перспективы развития // Географическая среда и живые системы. — 2022. — №1. — С. 70-92.
3. Гатауллина С.Ю. Туризм как риск развития отдаленных территорий // ИПЭФ. — 2024. — № 3. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-drayver-ustoychivogo-razvitiya-otdalyonnyh-territoriy> (дата обращения: 23.03.2025).
4. ГОСТ 12.4.303-2016. Система стандартов безопасности труда. Одежда специальная для защиты от пониженных температур. Технические требования. — М.: Стандартинформ, 2016. — 12 с.
5. Колесников А.М. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка туристских услуг // Экономический вектор. — 2017. — №3(10). — С. 36–41.
6. Кропинова Е.Г., Смирнова Е. Модель развития арктического туризма // Журнал Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. — 2023. — №2. — С. 51-58.
7. Лехтянская Л. В., Римская Т. Г. Туризм — одно из приоритетных направлений экономического развития Дальнего Востока // Карельский научный журнал. — 2019. — С. 125–130.
8. Ночь, тундра, льготы... что определяет границы Арктики // Go Arctic [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://goarctic.ru/news/chto-takoe-arktika-podkhody-k-opredeleniyu-granits/> (дата обращения: 23.03.2025).
9. Факторный анализ: что это такое и как его проводить // Финансист. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fin-ctrl.ru/blog/factorniy-analiz-chto-eto-i-kak-ego-provodit#chtotakoef> (дата обращения 23.03.2024).
10. Фомичев И.А. Понятие и критерии труднодоступных и малонаселенных местностей // Юридическая наука. — 2020. — № 12. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-kriterii-trudnodostupnyh-i-malonaselennyh-mestnostey> (дата обращения: 23.03.2025).
11. Шапошников А.В. Труднодоступные и удаленные регионы в территориально-политическом устройстве России: поиск оптимального статуса // Вестник Российской нации. — 2011. — № 1-2 (15-16). — С. 157–170.



## САНАТОРНО-КУРОРТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

**Савченко Н.О.**, магистрант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, [natalya.savchenko.01@mail.ru](mailto:natalya.savchenko.01@mail.ru)

**Кружалин В.И.**, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, вице-президент Национальной академии туризма, д-р. геогр. наук, профессор, [v.kruzhalin@gmail.com](mailto:v.kruzhalin@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассмотрена сущность лечебно-оздоровительного туризма, выделены его критерии и проведен анализ объектов, которые зачастую относят к объектам лечебно-оздоровительного туризма. На основе проведенного анализа были выделены главные участники рынка лечебно-оздоровительного туризма, среди них санатории и курорты. Рассмотрена терминология, классификация в области санаторно-курортной деятельности, а также исследован феномен преобразования санаториев в курорты и его влияние на развитие данного вида туризма.

**Ключевые слова.** Лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортная деятельность, санаторно-курортный туризм, санаторий, курорт, природные лечебные ресурсы, лечение, оздоровление, реабилитация.

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М.В. Ломоносова.

## SANATORIUM-RESORT ACTIVITY AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF HEALTH TOURISM

**Savchenko N.O.**, Master's student, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University

**Kruzhalin V.I.**, Head of the Department of Recreation Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Vice-president of the National Academy of Tourism, Doctor of Geographical Sciences, Professor

**Abstract.** The article examines the essence of health tourism, highlights its criteria and analyzes the objects that are often referred to as objects of health tourism. Based on the analysis, the main participants in the health tourism market were identified, among them sanatoriums and resorts. The terminology and classification in the field of sanatorium-resort activities are considered, as well as the phenomenon of transformation of sanatoriums into resorts and its impact on the development of this type of tourism are investigated.

**Keywords.** Health tourism, sanatorium-resort activities, sanatorium-resort tourism, sanatorium, resort, natural healing resources, treatment, rehabilitation.

**Acknowledgments:** The research is implemented in the framework of the scientific work of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

Лечебно-оздоровительный туризм занимает особое место в сфере туристской деятельности. В лечебно-оздоровительное учреждение можно отправиться с целями лечения имеющихся заболеваний, восстановления после перенесенного заболевания, профилактики и отдыха. В современном мире появляется все больше факторов, негативно влияющих на здоровье: стресс, переутомление, усталость от рабочих будней, нездоровое питание, ухудшение экологической

обстановки, прошедшая пандемия и др. Эти факторы способствуют развитию многих заболеваний, поэтому заставляют людей заботиться о здоровье. Большим плюсом в борьбе с вышеперечисленными факторами играет здоровый образ жизни: сбалансированный график дня, правильное питание, занятия спортом, путешествия, достаточное время для отдыха и восстановления. В настоящее время лечебно-оздоровительный туризм активно расширяет свое влияние не только на старшее поколение, но и становится популярным для людей среднего возраста и молодежи, соответственно, он требует развития и является актуальной темой для исследования.

Наиболее полным определением лечебно-оздоровительного туризма считается трактовка А.М. Ветитнева, А.В. Дзюбиной, А.А. Торгашевой: «лечебно-оздоровительный туризм – часть туристской деятельности, предполагающей в качестве главного мотива поездки получение туристами за собственные или корпоративные средства комплекса лечебно-диагностических, реабилитационных, профилактических и рекреационных услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места их постоянного проживания и располагающих необходимыми для этого природными, материальными и людскими ресурсами с целью предотвращения заболеваний или реабилитации/лечения различной патологии. Ключевым моментом здесь является мотив поездки, предполагающий добровольность, свободу и осознанность выбора такой поездки в смысле места приобретения лечебного тура, расположения курорта, формы оплаты, состава, сроков и продолжительности курортных программ» [5].

Данный вид туризма основывается на природно-климатических ресурсах, которые имеют лечебные свойства, благоприятно влияют на организм и помогают в лечении определенных заболеваний. Это является одним из самых основных критериев развития лечебно-оздоровительного туризма [7].

Лечебный туризм больше известен как медицинский. Основная цель данного вида туризма – приобретение конкретных медицинских услуг или медицинских вмешательств, как правило, на базе больниц, клиник. Основная цель оздоровительного туризма – это восстановление физического и эмоционального состояния человека без применения медицинских услуг. Лечебно-оздоровительный туризм, в свою очередь, объединяет и элементы лечебного туризма (при этом, не включая серьезные виды медицинских вмешательств, таких как хирургические вмешательства и т.п.), и элементы оздоровительного. Так, целью лечебно-оздоровительного туризма может являться как лечение и восстановление организма после перенесенного заболевания, так и восстановление сил здоровых людей в целях профилактики [7, 11].

К лечебно-оздоровительному туризму предъявляются следующие критерии:

- расположение инфраструктурных объектов вблизи природных лечебных ресурсов и их использование для восстановления организма в целях лечения или профилактики;
- наличие медицинского персонала;
- предоставление некоторого набора медицинских услуг, таких как консультация врача, лечебные процедуры и т.п.;
- разнообразие лечебных процедур;
- расположение вдали от крупных источников загрязнения, в экологически чистой, тихой и живописной местности;
- наличие основной и вспомогательной инфраструктуры для проживания посетителей, питания, предоставления им оздоровительных услуг и др.;
- транспортная доступность [4, 7, 17].

Благодаря данным критериям можно определить, какие объекты являются основными в области лечебно-оздоровительного туризма, а какие второстепенными. Как правило, многие из них в литературных источниках рассматриваются в числе лечебно-оздоровительных, но необходимо разобраться, так ли это на самом деле или они относятся больше к другим видам туризма, таким как лечебный, оздоровительный и др. Рассмотрим следующие объекты:

1. Санаторий – это специализированное лечебно-профилактическое учреждение, предоставляющее профилактику и лечение различных заболеваний, средства размещения, а также отдых без лечения, включая в себя организацию досуга отдыхающих. Санаторий сочетает в себе лечение и оздоровление как природными лечебными факторами, так и искусственными,

предполагает сбалансированное питание. Для консультаций и ведения лечебных программ пациентов санаторий располагает штатом врачей различного профиля, для предоставления лечебных процедур – штатом среднего медицинского персонала. Санаторий имеет всю необходимую инфраструктуру для проживания, питания и лечения гостей. Располагается, как правило, за пределами города в экологически благоприятной зоне вблизи источников природных лечебных ресурсов. Санаторий является полноценным объектом лечебно-оздоровительного туризма, так как соответствует всем перечисленным выше критериям.

2. Курорт – это освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях территория, располагающая природными лечебными ресурсами, а также необходимыми для их использования зданиями, сооружениями, объектами инфраструктуры. На территории курорта могут находиться множество санаториев. Предназначение курорта – лечение и оздоровление как практически здоровых лиц, так и лиц с имеющимися заболеваниями. Поэтому курорт можно расценивать как объект лечебно-оздоровительного туризма [3, 17].

3. Профилакторий является таким же лечебно-профилактическим учреждением, но имеет ряд отличий. Во-первых, профилакторий могут посетить не все, а только работники определенных организаций или студенты. Во-вторых, профилакторий не всегда располагается вблизи источников природных лечебных ресурсов и не всегда использует природные лечебные факторы при лечении. Профилакторий не является основным объектом лечебно-оздоровительного туризма, так как не всем критериям он соответствует (не предусматривает использование природных лечебных ресурсов, доступен не для всех желающих).

4. Пансионат – профилактическое учреждение, целью посещения которого является, прежде всего, отдых, оздоровление здесь второстепенно. Как правило, пансионаты посещают здоровые люди с целью восстановления сил. Больше относится к оздоровительному туризму.

5. Дом отдыха предназначен для практически здоровых людей. Он располагает узким набором профилактических процедур и узким штатом медицинского персонала, зачастую медицинский персонал может представлять только дежурный фельдшер. Дом отдыха больше относится к оздоровительному туризму.

6. Турбаза предназначена для практически здоровых лиц. В качестве оздоровления предусмотрены физическая культура и спорт. Зачастую медицинский персонал отсутствует. Турбаза объектом лечебно-оздоровительного туризма не является.

7. Гостиница, при которой имеется SPA-центр с различными оздоровительными процедурами. Такой объект к лечебно-оздоровительному туризму относить не стоит. Первая его функция – предоставление гостям комфортных условий для сна, отдыха, а SPA-центр – это дополнительная опция, процедуры в нем может посетить любой желающий. Врачей чаще всего в таких гостиницах нет, иногда может встречаться дежурный врач / фельдшер на случай непредвиденных обстоятельств.

Таким образом, санатории и курорты являются полноправными объектами лечебно-оздоровительного туризма по сравнению с другими организациями. Поэтому можно сделать вывод, что санаторно-курортная деятельность является основным фактором развития лечебно-оздоровительного туризма.

Санаторно-курортное дело (деятельность) — совокупность всех видов научно-практической деятельности по организации и осуществлению профилактики заболеваний, лечению и реабилитации больных на основе использования природных лечебных ресурсов, изучения их свойств и механизма действия, комплекс мероприятий по организации, строительству, управлению курортами, обеспечению лечения и культурно-бытового обслуживания граждан на курорте, эксплуатации и охране природных лечебных ресурсов и санитарной охране курортов [3].

В рамках лечебно-оздоровительного туризма наряду с понятием «санаторно-курортная деятельность» существует также «санаторно-курортный туризм». Он определяется как одно из направлений туризма, при котором отдых сочетается с профилактическим лечением в специализированных организациях (водо- и грязелечебницы, минеральные воды) [6].

Для того чтобы построить курорт вблизи определенных природных ресурсов, необходимо разобраться, считаются ли они вообще лечебными. Лечебные свойства природных объектов и

условий устанавливаются на основе научных исследований, многолетней практики и утверждаются федеральным органом исполнительной власти, который занимается сферой здравоохранения [18].

Специализацию того или иного курорта определяют курортные факторы – это природные лечебные факторы, которые используются для профилактики, терапии и медицинской реабилитации больных на курортах. Среди основных курортных факторов выделяют:

- минеральные воды;
- лечебные грязи;
- ландшафтно-климатические условия [9].

Санатории можно организовывать не только в курортных зонах, но также и в пригородных зонах с благоприятными условиями. Классификация санаториев представлена в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Классификация санаториев

| <i>Критерий классификации</i> | <i>Виды</i>                                                                                         |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ведомственная принадлежность  | – государственные;<br>– ведомственные организации;<br>– самостоятельные предприятия.                |
| Звездность                    | По звездности санатории обычно подразделяются на 2 уровня сервиса:<br>– 2-3 звезды;<br>– 4-5 звезд. |
| Ценовые параметры             | – экономсегмент (2-3 звезды);<br>– средний сегмент (4 звезды);<br>– дорогой сегмент (5 звезд).      |
| Размер организации            | – большие;<br>– средние;<br>– малые.                                                                |
| Форма организации питания     | – шведский стол;<br>– заказное меню;<br>– стандартное меню.                                         |
| Транспортная доступность      | – высокая;<br>– средняя;<br>– низкая.                                                               |
| Медицинская специализация     | – общего типа;<br>– специального типа.                                                              |

Источник: [3]

В данной классификации медицинская специализация играет основную роль при выборе клиентом санатория, так как она сильно влияет на эффективность лечения. Большинство санаториев специализированы на лечении заболеваний:

- системы кровообращения;
- органов дыхания;
- органов пищеварения;
- болезней обмена веществ;
- нервной системы;
- костно-мышечной системы;
- мочеполовых органов;
- кожи [3].

Санатории для взрослых и детей могут быть как однопрофильными, специализирующиеся на лечении и профилактике однородных заболеваний, так и многопрофильными, включающими несколько специализированных отделений. Они же могут быть как климатическими, так и бальнеологическими или грязевыми [16].

На практике зачастую санатории называют себя курортами. Почему так происходит? Исходя из определения, курорт – это территория, а санаторий – это организация, которая непосредственно предоставляет услуги по лечению и оздоровлению. На территории курорта может функционировать



любое количество санаториев, в том числе всего один. При этом такой санаторий, как правило, помимо инфраструктуры для проживания и лечения, имеет:

- достаточно большую изолированную благоустроенную территорию в виде лесопарковой зоны;
- возможности для отдыха, развлечений и занятий спортом (например, футбольное поле, теннисный корт, каток, бассейн, пляж, пруд, детская площадка, летний кинотеатр, анимационная программа и др.);
- несколько предприятий питания различного типа (среди них могут быть столовая, кафе, ресторан, кофейня и т.д.);
- магазины;
- населенный пункт вблизи санатория;
- возможности для дальнейшего расширения.

То есть подобные санатории называют себя курортами и являются таковыми, так как имеют на своей территории большие возможности для разнообразного лечения и отдыха. Данный феномен можно охарактеризовать как трансформация санаториев в курорты. Его можно рассмотреть в сравнении экокурорта «Кука» (Забайкальский край), курорта «Красная Пахра» (Московская область) и курорта «Белокуриха» (Алтайский край).

1. Экокурорт «Кука» (ООО «Здравницы Забайкалья») – это санаторно-курортная организация, которая находится в непосредственной близости к минеральному источнику и использует его в целях лечения и оздоровления. Территорию, где располагается учреждение, можно назвать курортом, так как эта территория обладает природным лечебным ресурсом (в данном случае минеральной водой), территория освоена, благоустроена, минеральная вода используется в различных лечебных процедурах, имеется вся необходимая инфраструктура для проживания, лечения, питания. Данное учреждение по своей сущности является санаторием, так как это одна самостоятельная организация. Однако оно называет себя курортом, так как имеет на своей территории, помимо вышеперечисленного, возможности для разнообразного отдыха: детские площадки, детскую комнату с воспитателем, площадки для занятия спортом, тренажерный зал, сауны, пункт проката, пруд, пляж, терренкуры, кафе, кофейню, конференц-зал, зоны отдыха и др. Вблизи санатория располагается село Кука, жители которого являются персоналом данной организации. Также санаторий планирует расширяться путем строительства клуба, бассейнов, лыжной трассы и новых корпусов [15]. «Кука» на данный момент является драйвером развития всей территории курорта.

2. Курорт «АМАКС «Красная Пахра» – санаторий в Московской области, в котором главным лечебным фактором выступает минеральная рапа. На своей территории он имеет семиэтажный 4-звездочный отель с высоким уровнем сервиса, лечебное отделение, ресторан, аквазону, спортивный и тренажерный залы, веревочный парк, киноконцертные залы, конференц-залы, лобби-бар. Для всех гостей ежедневно проводятся развлекательные мероприятия. Для детей реализован проект АМАКС Kids, в котором предлагаются детский клуб с воспитателем, анимация, творческие занятия, экскурсии, детская площадка и бассейн, детские кинопоказы. «Красная Пахра» располагается в окружении нескольких населенных пунктов: с. Красное, пос. Красное, с. Красная Пахра, д. Колотилово, д. Софьино и др. [11]. Таким образом, «Красная Пахра», как и «Кука» располагается на территории курорта в единственном числе, но при этом имеет множество возможностей для разнообразного отдыха и получения большого количества услуг.

3. Курорт «Белокуриха» – один из крупнейших курортов России. Его также называют городом-курортом. Одним из основных локомотивов развития туризма в Белокурихе является АО «Курорт Белокуриха», представляющее собой сеть из 3 санаториев: «Белокуриха», «Сибирь» и «Катунь» [8, 10]. Данные санатории курортом себя не называют. Это 3 отдельные организации, которые располагаются на одной территории. Несмотря на то, что одна из них носит одноименное название с курортом – «Белокуриха», все равно позиционирует себя как санаторий. На территории курорта расположилось множество санаториев, а данные 3 учреждения – это лишь его составляющая часть, поэтому сами по себе называться «курортами» они не могут [12, 13, 14].

Те организации, которые занимают лишь часть курорта и имеют на его территории конкурентов, курортами называть себя не могут. А санатории, которые находятся на территории курорта в единственном числе, при этом активно и разнопланово развивают всю его территорию, сами являются курортами. Это, в свою очередь, способствует:

- нивелированию сезонности (зимой может функционировать ледовый каток, лыжные трассы, горки и т.д.; летом – бассейн, пляж, веревочный парк, спортивные площадки и т.д.; весной и осенью могут проводиться тематические мероприятия, экскурсии и др.);

- расширению целевой аудитории (для детей может функционировать детская площадка, специализированная анимационная программа; для молодежи – спортзалы, уютные коворкинги, прокат инвентаря, кинопоказы, оздоровительные программы; для взрослых – дискотеки, музыкальные вечера, караоке, лечебные программы);

- увеличению продолжительности пребывания туристов на курорте (благодаря разнообразию услуг у туристов может появиться желание получить наиболее полный их спектр, а также если на курорте существует множество вариантов для лечения, досуга и развлечений, то отдых туристов получается неоднобразным);

- повторным посещениям курорта туристами (причина соответствует пункту «увеличению продолжительности пребывания...»).

Получается, что трансформация санаториев в курорты является одним из вариантов эффективного развития лечебно-оздоровительного туризма.

В результате проведенного исследования лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортной деятельности предлагается новое определение лечебно-оздоровительного туризма на основе трактовки А.М. Ветитнева, А.А. Торгашевой и А.В. Дзюбиной с некоторыми корректировками и дополнениями: лечебно-оздоровительный туризм – часть туристско-рекреационной деятельности, предполагающая пребывание в санаториях и курортах с целью получения туристами лечебно-профилактических услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места их постоянного проживания, находящихся на экологически чистых территориях и располагающих природными лечебными ресурсами, инфраструктурой и персоналом различного профиля для реабилитации, лечения различной патологии и восстановления физических и духовных сил.

#### Список источников:

1. АМАКС «Красная Пахра» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://pakhra.amaks-kurort.ru/?utm\\_campaign=maps\\_prioritet&utm\\_medium=maps&utm\\_source=yandex](https://pakhra.amaks-kurort.ru/?utm_campaign=maps_prioritet&utm_medium=maps&utm_source=yandex) (дата обращения 21.03.2025).
2. Большая медицинская энциклопедия (БМЭ), под редакцией Петровского Б.В., 3-е издание [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://бмэ.орг/> (дата обращения 21.03.2025).
3. Ветитнев А.М. Организация санаторно-курортной деятельности : учебное пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 292 с.
4. Голикова О.М. Особенности организации оздоровительного детского туризма в российских условиях / О.М. Голикова // Сервис в России и за рубежом. — 2012.
5. Ефимов С.А. Лечебно-оздоровительный, лечебный и оздоровительный туризм: уточняем понятийно-терминологический аппарат / С.А. Ефимов, А.С. Ефимова // Вестник физиотерапии и курортологии. — 2017. — № 4.2017. — С. 155-160.
6. Закон Ямало-Ненецкого автономного округа от 03.12.2007 года №114-ЗАО «О туристской деятельности в Ямало-Ненецком автономном округе» (с изменениями на 4 июня 2024 года). Статья 2. «Направления внутреннего и въездного, выездного видов туризма в автономном округе».
7. Квита Г.Н. Специфика и факторы развития лечебно-оздоровительного туризма / Г.Н. Квита, А.Н. Аршинова, Е.Г. Зотова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2021. — № 7 (57). — С. 36-41.

8. Крупнейшая сеть санаториев и масштабные инвестпроекты: чем холдинг «Курорт Белокуриха» встретил 30-летие // ВизитАлтай. Туристический портал Алтайского края [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://visitaltai.info/news/krupneyshaya-set-sanatoriev-i-masshtabnye-investproekty-chem-kholding-kurort-belokurikha-vstretil-30/> (дата обращения 21.03.2025).
9. Мельникова О.Ф. Лечебно-оздоровительный туризм / О. Ф. Мельникова. // Science Time. — 2016. — С. 327-331.
10. Официальный сайт АО «Курорт Белокуриха» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belokurikha.ru/> (дата обращения 21.03.2025).
11. Панова В.С. Сущность лечебно-оздоровительного туризма как рекреационного туризма / В.С. Панова. // Вестник науки. — 2023. — № 10 (67). — С. 590-597.
12. Санаторий «Белокуриха» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belokurikha-san.ru/> (дата обращения 21.03.2025).
13. Санаторий в Белокурихе – Катунь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.katun-san.ru/> (дата обращения 21.03.2025).
14. Санаторий в Белокурихе – Сибирь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.sibir-san.ru/> (дата обращения 21.03.2025).
15. Санаторно-курортный комплекс в Забайкальском крае [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://есо-kuka.ru/> (дата обращения 21.03.2025).
16. Теоретические аспекты изучения деятельности санаторно-курортных учреждений [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://studbooks.net/1569622/turizm/teoreticheskie\\_aspekty\\_izucheniya\\_deyatelnosti\\_sanatorno\\_kurortnyh\\_uchrezhdeniy](https://studbooks.net/1569622/turizm/teoreticheskie_aspekty_izucheniya_deyatelnosti_sanatorno_kurortnyh_uchrezhdeniy) (дата обращения 21.03.2025).
17. Федеральный закон от 23.02.1995 №26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» (ред. от 04.08.2023). Статья 1. «Основные понятия».
18. Федеральный закон от 23.02.1995 №26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» (ред. от 04.08.2023). Статья 2.1. «Установление лечебных свойств природных лечебных ресурсов и утверждение классификации природных лечебных ресурсов».

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ЮГО-ЗАПАДНОЙ ЧАСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Усачева А.В.**, магистрант, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, [usacheva98@list.ru](mailto:usacheva98@list.ru)

**Аннотация.** В последние десятилетия, для которых было характерно формирование современной российской рыночной экономики, промышленный туризм оставался недооцененной сферой деятельности. Территория Среднего и Южного Урала является ключевой в нашей стране для развития подобного формата туризма. Если еще в прошлом десятилетии промышленные предприятия без энтузиазма открывали свои двери для гостей, то в 2020-х гг. наметился тренд на развитие данного направления, выполняющего экономические и профориентационные функции. В статье проанализированы возможности и перспективы промышленного туризма на предприятиях городов Южного и Западного управленческих округов Свердловской области. Обозначены перспективы межрегионального маршрута, связывающего предприятия юго-запада Свердловской области с предприятиями северной части Челябинской области.

**Ключевые слова:** промышленный туризм, производственные экскурсии, Урал, Свердловская область, региональное развитие, туристские достопримечательности.

## PROSPECTS OF INDUSTRIAL TOURISM IN THE SOUTH-WESTERN PART OF THE SVERDLOVSK REGION

**Usacheva A.V.**, Master's student, South Ural State Humanitarian Pedagogical University

**Abstract.** In recent decades, which have been characterized by the formation of a modern Russian market economy, industrial tourism has remained an undervalued area of activity. The territory of the Middle and Southern Urals is a key area in our country for the development of this type of tourism. If industrial enterprises opened their doors to guests without enthusiasm in the last decade, then in the 2020s there was a trend towards the development of this area, which performs economic and career guidance functions. The article analyzes the possibilities and prospects of industrial tourism at the enterprises of the cities of the Southern and Western administrative districts of the Sverdlovsk region. In addition, the prospects of an interregional route connecting enterprises in the south-west of the Sverdlovsk region with enterprises in the northern part of the Chelyabinsk region are outlined.

**Keywords:** industrial tourism, industrial excursions, Ural, Sverdlovsk region, regional development, tourist attractions.

С начала текущего десятилетия, ввиду определенных событий в жизни страны и мира, внешние туристские потоки в России сократились, но, при этом, увеличились потоки внутренние. Насыщенность «классическими» видами туризма, возрождение определенных отраслей производства – все это повлияло на стремление к развитию тех видов туризма, которые ранее считались второстепенными. Ключевым из таких видов стал промышленный туризм. До начала 2020-х гг. данный вид туризма редко изучался как самостоятельное явление. Недостаточным образом была разработана его методологическая база, отсутствовали соответствующие путеводители, маршруты. Закрыты для туристов были и промышленные предприятия (отдельные профориентационные посещения серьезно учитывать не стоит), каждое из которых считало себя «стратегическим», руководители с подозрением относились к новым веяниям.

К настоящему времени в профессиональной среде промышленников появилось понимание, что промышленный туризм служит инструментом популяризации рабочей профессии и помогает привлечь новые кадры [9]. Кроме того, промышленный туризм выполняет своеобразную



просветительскую функцию: в ходе посещения предприятий экскурсанты знакомятся с различными аспектами производства, исследуют технологии, в том числе инновационные, изучают вклад отдельных предприятий и отраслей в экономическое развитие страны. Последнее можно отнести и к патриотическому воспитанию: в сложные периоды для нашей страны туристы лично могут увидеть, насколько безгранична Россия в некоторых отраслях промышленности.

Южный и Средний Урал традиционно являются промышленными аттракторами России, а аспекты промышленного туризма Свердловской и Челябинской областей с каждым годом рассматриваются все большим кругом исследователей и проектировщиков. На территории Свердловской области в сфере промтуризма активную работу ведет Агентство стратегических инициатив, созданное при поддержке Минпромторга России. В 2020 г. губернатор региона подписал с Агентством соглашение о развитии промышленного туризма. Представители двадцати предприятий прошли соответствующее обучение и усовершенствовали работу с гостями. Через два года промышленные площадки посетило уже около 15 тыс. чел. [4]. В 2024 г. Агентством выпущен путеводитель «Все – на завод!», созданы образовательная платформа и мобильное приложение, посвященные избранным промышленным экскурсиям большинства регионов страны. Свердловская область представлена в путеводителе экскурсиями «В царстве раскаленного металла» на Нижнетагильский металлургический комбинат, «История обечайки» на Уральский завод химического машиностроения и «Металлургия сквозь века: от кричного молота до цифрового завода» на Северский трубный завод [1]. Последний будет рассмотрен и в данной статье, так как в качестве анализируемой территории нами обозначены Южный и Западный управленческие округа области. Два округа были выбраны по причине близости к Горнозаводской зоне Челябинской области, в рамках которой уже были созданы маршруты [8, 9], которые представляется оптимальным соединить с новым – на юго-западе Свердловской области.

За последние три года глобальные производственные маршруты на территории региона уже были апробированы в рамках проекта «Демидовский маршрут: не словами, а делами», который включал посещение предприятий Екатеринбурга, Невьянска и Нижнего Тагила, где туристы познакомились с горно-металлургической промышленностью XVIII в.

Новый маршрут включает в себя предприятия восьми городов: Верхняя Пышма, Березовский, Асбест, Каменск-Уральский, Сысерть, Полевской, Ревда и Первоуральск. Исходной точкой маршрута установлена Верхняя Пышма, которая силами представителей УГМК превращена в один из крупнейших центров промышленного туризма. Для гостей города в 2023 г. разработана интерактивная карта с достопримечательностями, десятью турмаршрутами и памяткой об объектах социально-бытовой инфраструктуры [6].

В обзор сознательно не включены предприятия Екатеринбурга, упор сделан на областные города, так как в случае с ними промышленный туризм в полной мере позволяет создать индивидуальный имидж поселения, усовершенствовать его инфраструктуру. Предлагаемый нами перспективный маршрут включает в себя 12 предприятий (рис. 1).

В музейном комплексе УГМК (АО «Уральская горно-металлургическая компания») в Верхней Пышме представлена гражданская и военная техника, доступны для посещения четыре экспозиции: музей автомобильной техники (крупнейшее в России собрание раритетных автомобилей и мотоциклов), музей авиации «Крылья Победы» (уникальная коллекция отечественных и зарубежных самолетов 1930-1940-х гг.), музей военной техники (здесь базируются военная техника, холодное и огнестрельное оружие, униформа и награды), выставочный центр «Парадный Расчет» (более 50 ходовых образцов военной техники периода 1930-40-х гг.). Кроме того, в музейном комплексе имеются открытая экспозиционная площадка и павильоны, на территории которых находится масштабная коллекция военной, гражданской, железнодорожной и карьерной техники. Время, проведенное в комплексе, варьируется от 3 до 5 часов.

Следующим в нитке маршрута находится предприятие цветной металлургии, принадлежащее УГМК – АО «Уралэлектромедь». Это уникальное для России высокотехнологичное производство, на котором присутствует полный цикл: от переработки черновой меди и лома до выпуска конечных продуктов. На предприятии проводятся профориентационные экскурсии, доступными объектами для показа выступают историко-производственный музей и цех электролиза

меди. Экскурсии осуществляются по предварительной записи и рекомендованы для посещения детей с 9 класса, время нахождения на предприятии – до 2 часов.



Рис. 1. Предприятия, предлагаемые к посещению в рамках перспективного промышленного маршрута по юго-западной части Свердловской области

Источник: составлено автором

Третья площадка для экскурсии в Верхней Пышме – ООО «Уральские локомотивы». Это относительно новое (основано в 2010 г.) передовое предприятие транспортного машиностроения. Основными видами деятельности являются проектирование, производство, продажа и техническое обслуживание тягового и моторвагонного подвижного состава нового поколения. Прежде производящее электропоезда «Ласточка» (ЭС2Г) по лицензии немецкой компании «Сименс», после ухода последней из России, завод выпускает полностью отечественные электропоезда «Финист» (ЭС104/105/106). В 2021 г. открыт интерактивный музейно-выставочный центр завода, где благодаря современным технологиям и оборудованию можно детально познакомиться с производством, технологиями и потенциалом предприятия. Экскурсия по сборочному цеху завода, включающая просмотр всех этапов, от создания кузова до установки сидений, осуществляется по предварительной договоренности.

Следующий маршрутный пункт – Музей-шахта «По золотой земле» (г. Березовский, пос. Ленинский), расположенный в 20 км. от Екатеринбурга. Это интерактивный аттракцион для детей и взрослых, посвященный добыче золота. В музее представлены два зала с экспозицией (подземный и наземный), мастерские (кузница и камнерезка), первая в России мастерская по промывке золота на лотке. Экскурсии доступны для школьников, студентов и всех желающих: как индивидуальные, так и групповые.

ПАО «Ураласбест» (г. Асбест) осуществляет добычу хризотилового асбеста, также на предприятии производятся нерудные строительные материалы, выпускается теплоизоляция,

стабилизирующая добавка для асфальтобетонов, кровельные и фасадные материалы. В рамках экскурсии можно познакомиться с музеем акционерного общества, заводами по производству минерально-полимерных композитов «Верста» и по производству теплоизоляционных материалов «ЭКОВЕР». Экскурсанты посещают смотровую площадку карьера Баженовского месторождения, который преподносится маркетологами как «самый большой карьер России, который видно из космоса». На выбор доступны 8 вариантов программ, разных по тематике: «Путешествие к центру земли», «Ватная революция», «Разрушители пород», «Где рождается куделя?» и т. д. Каждый вариант обсуждается индивидуально, в зависимости от загрузки структурных единиц комбината. С учетом переездов до объектов посещения продолжительность экскурсии может достигать 5-6 часов. Экскурсии доступны по предварительному согласованию, количество участников в группах – от 15 до 50 человек [3].

АО «Синарский трубный завод» (Каменск-Уральский), входящий в группу компаний Трубная Металлургическая Компания (ТМК) – предприятие черной металлургии, специализирующееся на производстве стальных и чугунных труб. СинТЗ проводит экскурсии, в рамках которых гости знакомятся с работой предприятия и функционированием технологических процессов. На выбор доступны три вида экскурсий, которые проводятся строго с 14 лет (группы по 18 человек):

1. Пешеходная экскурсия «Вокруг Синарского Трубного завода» (сезон посещения: весна-осень; длительность 2,5 часа, длина маршрута – 4 км). Участники экскурсии посещают довоенную железнодорожную платформу, рассматривают рельсы конца XIX в. и участок заброшенной железной дороги времен Великой Отечественной войны.

2. Экскурсии на учебно-информационный участок «TubeHiTech». Здесь представлено свыше 150 образцов трубной продукции, которая применяется в нефтегазовом секторе, энергетике, машиностроении, строительстве и других отраслях.

3. Экскурсии на учебный полигон. Это специализированные классы, производственная площадка с комплексом тренажеров и оборудования, аналогичного действующему на предприятии.

Уральский алюминиевый завод в Каменске-Уральском – это один из крупнейших глиноземных комплексов, в настоящее время имеет статус филиала уральского подразделения компании «РУСАЛ». На предприятии регулярно проводятся экскурсии с посещением основных производственных цехов, ознакомлением с историей завода и РУСАЛа – одного из крупнейших производителей алюминия в мире. Экскурсанты знакомятся с сотрудниками завода, которые рассказывают о своих профессиях и показывают, как протекает рабочий процесс.

Кроме того, с недавнего времени в Каменске-Уральском пользуются популярностью экскурсии на предприятие, которое специализируется на отливке колоколов – «Пятков и К». Более 30 лет на данном заводе отливают колокола до 17 тонн. Экскурсанты имеют возможность изучить формы для колоколов, гипсовые и восковые формы икон, сделать фото на фоне колоссального лекала от крупнейшего колокола. Во время музыкальной части экскурсии туристы слушают колокольный звон и «получают в распоряжение» большой колокол. Экскурсии проводятся для лиц с 12 лет.

Сысерть является одним из самых перспективных туристских городов региона. На территории заброшенного металлургического завода имеется креативный кластер и ежегодно проводится фестиваль «Лето на заводе». Основной объект промышленного туризма, завод «Фарфор Сысерти», производит десятки видов посуды, сувенирную продукцию, фарфоровые и фаянсовые иконостасы для церквей. При наборе группы экскурсии по площадке предприятия проходят ежедневно. В рамках экскурсионной программы рассматривается процесс создания фарфора – от гипса до росписи, предлагается и проверка качества производимых изделий. Проводятся мастер-классы по росписи продукции.

В городе Полевской расположен один из старейших металлургических заводов на Урале – Северский трубный завод, входящий в группу ТМК. Предприятие производит круглые и профильные горячекатаные и электросварные стальные трубы. В феврале 2025 г. музейный комплекс «Северская домна» СТЗ открыл для туристов экскурсионный маршрут «Металлургия сквозь века: от кричного молота до цифрового завода», в ходе которого посетителей знакомят с



историей металлургии и современным производством предприятия [5]. Маршрут создан для широкой аудитории (с 14 лет) и состоит из двух частей. Первая часть проходит по музейному комплексу, где основным экспонатом является огромная доменная печь для выплавки чугуна из железной руды. Вторая часть проходит по современному заводу, где посетителей знакомят с технологиями производства стали и бесшовных горячекатаных труб. В электросталеплавильном цехе можно увидеть, как происходит отлив стали, а в трубопрокатном – наблюдать за выходом горячекатаных труб на автоматизированном агрегате.

Музейный комплекс «Демидов-Центр» (Ревда) посвящен истории краеведения и развития металлургии. Музей разделен на две части: выставочную и деловой центр. В комплекс входит восемь экспозиционных залов: зал Демидовых, зал истории завода XVIII–XIX веков, зал деревянного зодчества, зал металла, зал боевой славы и другие. На пятом этаже башни делового центра находится закрытая стеклянной крышей смотровая площадка, с которой открывается вид на старую часть города. В Центре проводятся тематические экскурсии для групп от 10 человек.

Третье предприятие группы ТМК и последнее в нашем списке – *Первоуральский новотрубный завод (ПНТЗ)* в городе Первоуральске производит свыше 25 тыс. типоразмеров труб и трубных профилей из 200 марок углеродистых, легированных и нержавеющей сталей. Музейно-выставочным центром завода проводятся исторические экскурсии по нескольким программам:

1. Производственно-техническая экскурсия «ПНТЗ: металлургия с душой». Включает посещение электросталеплавильного цеха «Железный Озон 32», трубопрокатного цеха, Финишного центра по производству труб нефтяного сортамента и комплекса очистных сооружений «АQA Генезис».

2. Производственно-экологическая экскурсия «АQA Генезис», включающая посещение блока очистных сооружений. Данный комплекс построен для очистки и повторного использования воды, применяемой во время производства труб для охлаждения оборудования трубопрокатного цеха [2].

Экскурсии проводятся 2–3 раза в месяц по предварительной договоренности, доступны для посещения организованными группами до 25 человек (возраст от 18 лет, с 14 лет – с сопровождением). Кроме того, предприятие регулярно проводит «Неделю промышленных экскурсий».

Перспективный маршрут варьируется: имеется возможность запланировать его на несколько дней, либо разделить на несколько частей (поездок в год). Следует отметить, что в зависимости от договоренности и загруженности площадок количество посещенных объектов может сокращаться. Возрастное ограничение – 14+.

*Первая поездка:* в рамках первого дня предусмотрено посещение предприятий Верхней Пышмы, на второй день – предприятий Первоуральска и Ревды (рис. 2), на третий день – Северского трубного завода и возвращение в Верхнюю Пышму (рис. 3).

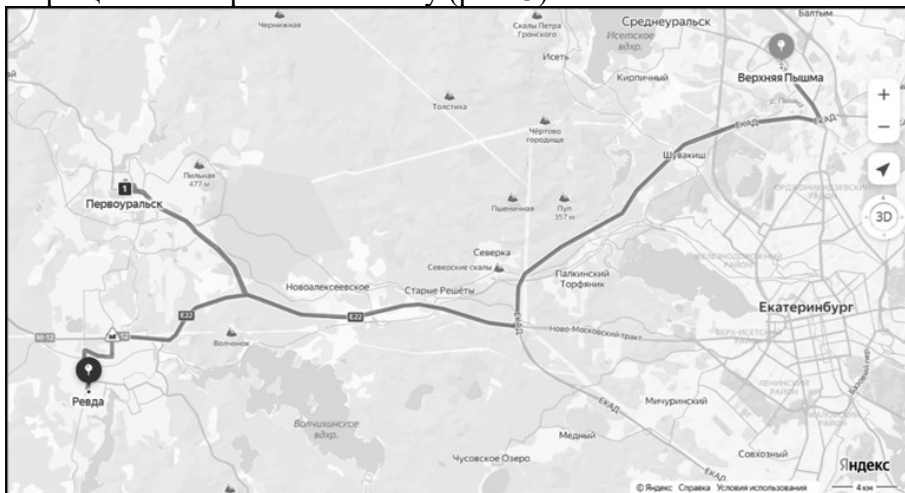


Рис. 2. Маршрут второго дня первой поездки (время, заложенное на переезды – 1,5 часа)  
Источник: составлено автором



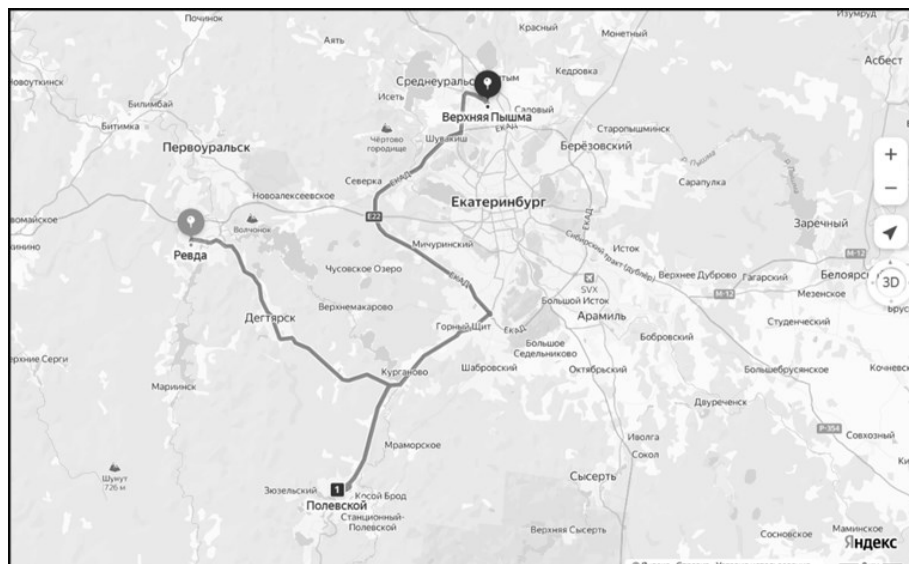


Рис. 3. Маршрут третьего дня первой поездки (время, заложенное на переезды – 2,5 часа)  
Источник: составлено автором

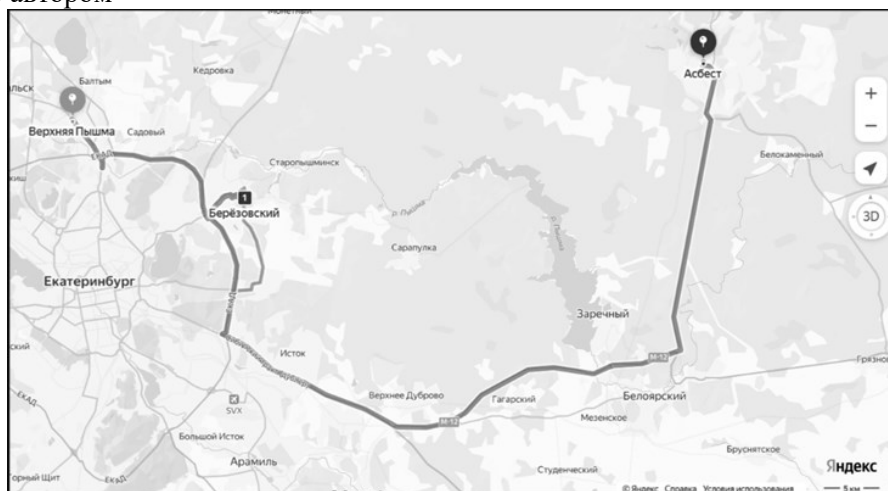


Рис. 4. Маршрут первого дня второй поездки (время, заложенное на переезды – 1 час 45 мин.)  
Источник: составлено автором

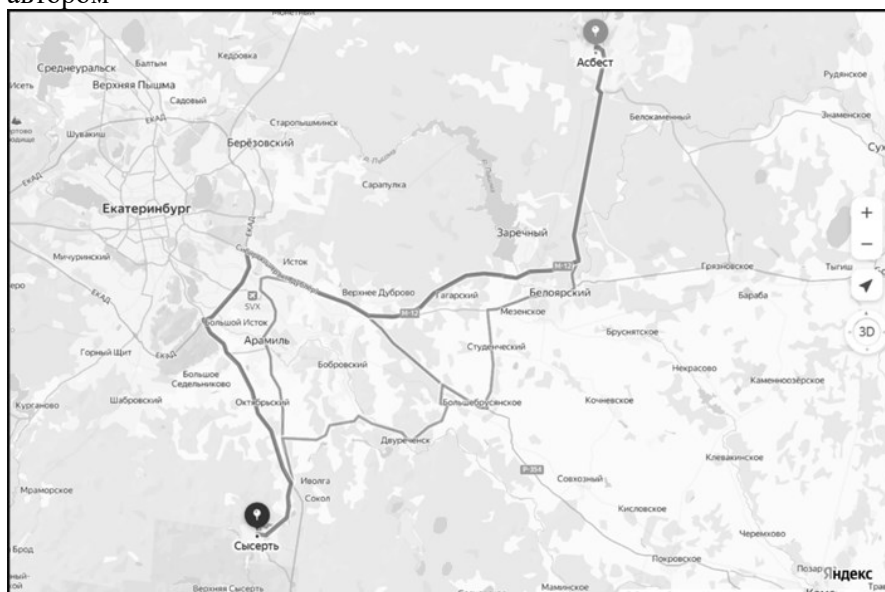


Рис. 5. Маршрут второго дня второй поездки (время, заложенное на переезды – 1,5 часа)  
Источник: составлено автором

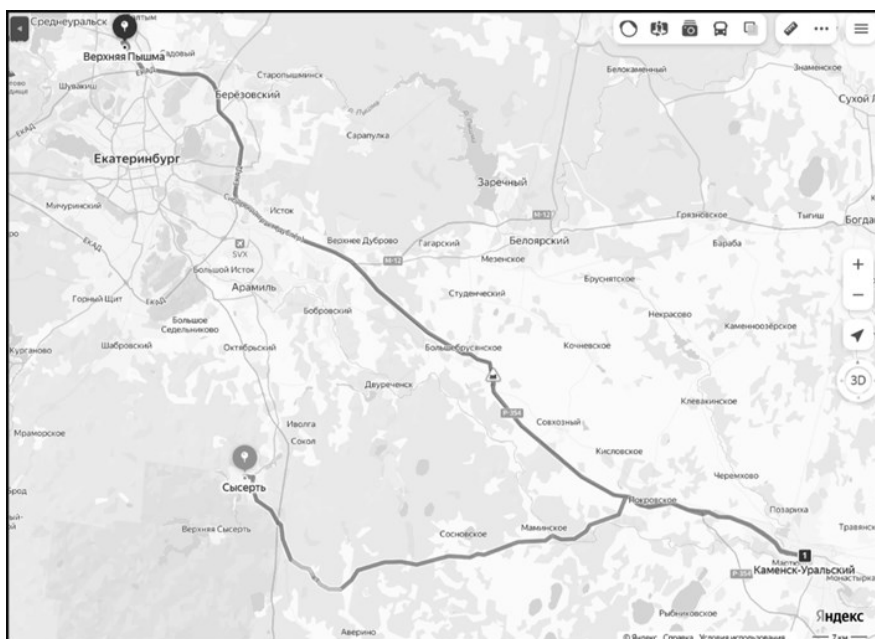


Рис. 6. Маршрут третьего дня второй поездки (время, заложенное на переезды – 3 часа)

Источник: составлено автором

*Вторая поездка* предусматривает выезд из Верхней Пышмы и посещение в первый день предприятий Березовского и Асбеста (рис. 4), на следующий день – Сысерти (рис. 5), третий день включает посещение предприятий Каменска-Уральского и возвращение в Верхнюю Пышму (рис. 6).

Следует отметить, что маршрут возможно комбинировать по усмотрению организатора тура.

Таким образом, оба маршрута рассчитаны так, чтобы у туристов была возможность не только ознакомиться с промышленными площадками и экспозициями, но и посетить ключевые достопримечательности областных городов, отдохнуть после экскурсий и поездок. Обязательно выделяется время на трехразовый прием пищи и на проведение экскурсий. В силу близкого расположения рассматриваемых городов друг к другу, поездки можно «разбить» на несколько частей. Важно учитывать и экономическую составляющую вопроса: питание, аренда транспортного средства, проживание в гостиницах, стоимость экскурсий. Именно финансовый аспект предлагаемых маршрутов является ключевым для рассмотрения нами на ближайшую перспективу.

Последующая реализация проекта также связана с включением локальных маршрутов на территории Южного и Западного управленческих округов Свердловской области в межрегиональный маршрут «Урал промышленный». Ранее разработаны его часть, касающаяся Горнозаводской зоны Челябинской области [8, 9], а также маршрут, включающий в себя посещение пяти объектов горнодобывающей отрасли того же региона [7]. Глобальный маршрут может быть построен по принципу Большой Уральской тропы – иметь долготное простираение с широтными ответвлениями.

#### Список источников:

1. Все - на завод! Онлайн-путеводитель по экскурсиям на российские предприятия // Агентство стратегических инициатив. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://promtourism.online/routes> (дата обращения: 01.03.2025).
2. Окружающая среда // ПНТЗ: ТМК. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://pntz.tmk-group.ru/pntz\\_ecology](https://pntz.tmk-group.ru/pntz_ecology) (дата обращения: 01.03.2025).
3. Промышленный туризм // ПАО Ураласбест. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.uralasbest.ru/lyudi-uralasbesta/promyshlennyj-turizm-400> (дата обращения: 01.03.2025).
4. Свердловская область регион-лидер по развитию промышленного туризма // Официальный сайт Правительства Свердловской области. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://midural.ru/news/list/document217611/> (дата обращения: 01.03.2025).

5. СТЗ дал старт маршруту промышленного туризма // ТМК. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://stz.tmk-group.ru/stz\\_news/4994](https://stz.tmk-group.ru/stz_news/4994) (дата обращения: 01.03.2025).
6. Туристические маршруты будут разрабатывать в Верхней Пышме на Урале // Национальные проекты России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://национальныепроекты.рф/news/turisticheskie-marshruty-budut-razrabatyvat-v-verkhney-pyshme-na-urale/> (дата обращения: 01.03.2025).
7. Усачева А.В. Возможности использования объектов горнодобывающей отрасли Челябинской области в сфере промышленного туризма / А.В. Усачева // Проблемы географии Урала и сопредельных территорий: Материалы III Международной научно-практической конференции, Челябинск, 24–25 мая 2024 года. — Челябинск: ООО «Край Ра», 2024. — С. 320-327.
8. Усачева, А.В. Тенденции и возможности промышленного туризма в Челябинской области / А.В. Усачева, Ю.В. Шерстобитов // География, экология, туризм: новые горизонты исследований: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 90-летию создания факультета географии, геоэкологии и туризма ВГУ. В 3-х томах, Воронеж, 10–12 октября 2024 года. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2024. — С. 366-371.
9. Шерстобитов Ю.В. Возможности промышленного туризма в Горнозаводской зоне Челябинской области / Ю.В. Шерстобитов // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : Сборник трудов XVIII Международной научно-практической конференции, Гжель, 25 апреля 2023 года. — Гжель: Гжельский государственный университет, 2023. — С. 202-208.

## СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ КАЧЕСТВА СЕРВИСА НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ТУРИСТОВ, ПУТЕШЕСТВУЮЩИХ С ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВЫМИ ЦЕЛЯМИ

**Фомин С.В.**, аспирант, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, [gundikus@mail.ru](mailto:gundikus@mail.ru)

**Зайцева Н.А.**, профессор кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, д-р экон. наук, [zaitseva-itig@mail.ru](mailto:zaitseva-itig@mail.ru)

**Аннотация.** В контексте глобальной трансформации индустрии делового туризма, детерминированной процессами цифровизации и эскалацией потребительских ожиданий, качество сервисного обеспечения остается основополагающим драйвером формирования лояльности целевой аудитории. Однако эта детерминация не ограничивается сугубо функциональными параметрами, как оперативность и надежность, но также опосредуется процессами конструирования положительных отзывов, релевантно концептуальной парадигме Пайна и Гилмора, постулирующей переход от сервис-ориентированной экономики к экономике, центрированной на создании эксклюзивных потребительских впечатлений. В рамках настоящего исследования рассматривается влияние многокомпонентных аспектов качества сервиса, включая эмоциональную вовлеченность, на уровень лояльности туристов, путешествующих с профессионально-деловыми целями. Методология основана на применении многомерного статистического анализа.

**Ключевые слова:** качество сервиса, лояльность деловых туристов, экономика впечатлений, функциональные параметры, эмоциональная вовлеченность, многомерный статистический анализ, цифровизация, корпоративные поездки.

## STATISTICAL ASSESSMENT OF THE IMPACT OF SERVICE QUALITY ON THE LOYALTY OF TOURISTS TRAVELLING FOR PROFESSIONAL AND BUSINESS PURPOSES

**Fomin S.V.**, Postgraduate student, Plekhanov Russian University of Economics

**Zaitseva N.A.**, Professor, Department of Hospitality Industry, Tourism and Sports, Plekhanov Russian University of Economics, Doctor of Economic Sciences

**Abstract.** In the context of the global transformation of the business tourism industry, determined by digitalization processes and escalation of consumer expectations, the quality of service provision remains the fundamental driver of the formation of target audience loyalty. However, this determination is not limited to purely functional parameters, such as efficiency and reliability, but is also mediated by the processes of constructing positive reviews, relevant to the conceptual paradigm of Pine and Gilmore, postulating a transition from a service-oriented economy to an economy focused on creating exclusive consumer impressions. This study examines the influence of multicomponent aspects of service quality, including emotional involvement, on the level of loyalty of tourists traveling for professional and business purposes. The methodology is based on the use of multivariate statistical analysis.

**Keywords:** service quality, business tourist loyalty, experience economy, functional parameters, emotional involvement, multivariate statistical analysis, digitalization, corporate travel.

Современная индустрия гостеприимства, а именно сегмент делового туризма, являясь интегральной частью глобальной экономики, претерпевает радикальные трансформации под влиянием цифровизации, роста потребительских ожиданий и геополитических вызовов. В условиях, когда корпоративные поездки становятся не только инструментом бизнес-коммуникаций, но и элементом формирования имиджа компаний, качество сервисного обеспечения приобретает стратегическое значение. Как отмечают Пайн и Гилмор [4], переход от сервис-ориентированной экономики к «экономике впечатлений» требует переосмысления традиционных подходов к оценке



лояльности клиентов, где эмоциональная вовлеченность и персонализация услуг выходят на первый план.

Выбор концепции «экономики впечатлений» в качестве теоретической основы данного исследования обусловлен ее методологической релевантностью для анализа лояльности туристов, путешествующих с профессионально деловыми целями, в условиях трансформации индустрии гостеприимства. Традиционные модели оценки качества сервиса фокусируются на функциональных параметрах (надежность, отзывчивость, гарантия качества), однако в эпоху цифровизации и роста конкуренции ключевым дифференцирующим фактором становится способность провайдеров создавать уникальные потребительские впечатления. Особое значение здесь появляется для делового туризма, где клиенты, будучи представителями корпоративного сектора, ожидают не только безупречной логистики, но и эмоциональной вовлеченности, персонализированного подхода и запоминающегося опыта, способствующего укреплению деловых отношений.

Концепция «экономики впечатлений» позволяет преодолеть ограничения узкофункционального подхода, интегрируя в анализ субъективные аспекты взаимодействия клиента с сервисом. В отличие от классических моделей, она акцентирует внимание на четырех ключевых элементах: погружение (immersion), участие (participation), кастомизация (customization) и эмоциональная связь (emotional engagement). Эти компоненты напрямую коррелируют с лояльностью, так как анализируемый вид туристов, сталкиваясь с рутинными профессиональными задачами, склонны выше оценивать услуги, которые трансформируют стандартные процессы (бронирование, проживание, транспорт) в индивидуальные сценарии, минимизирующие стресс и максимизирующие продуктивность.

Настоящее исследование направлено на заполнение данного пробела путем статистической оценки взаимосвязи функциональных, эмоциональных и технологических аспектов сервиса с уровнем лояльности деловых туристов. Методологическая рамка работы базируется на синтезе концепции «экономики впечатлений», дополненной многомерным статистическим анализом данных Росстата за 2020–2024 гг. [5-8].

Современный туризм представляет собой сложную многофакторную систему, интегрированную в глобальную экономику. На основании представленных статистических данных Росстата и международных организаций можно выделить несколько ключевых тенденций, требующих углубленного научного анализа.

В контексте российской экономики туристический сектор демонстрирует устойчивое восстановление после пандемийного кризиса 2020 года. Как видно из таблицы 1, объем услуг туристических агентств в 2023 году достиг 285,9 млрд руб., превышая на 31,4% показатель 2022 года. При этом инвестиции в основной капитал в сфере туризма выросли до 921,5 млрд руб. в 2023 году, демонстрируя капиталоемкий характер отрасли [10].

Таблица 1. Ключевые показатели туризма в России (2018–2023 гг.)

| Показатель                                 | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|--------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Объем услуг турагентств, млрд руб.         | 172,1 | 179,8 | 91,9  | 149,8 | 217,6 | 285,9 |
| Инвестиции в основной капитал, млрд руб.   | 348,9 | 359,5 | 330,4 | 386,2 | 595,8 | 921,5 |
| Экспорт услуг по статье «Поездки», млрд \$ | 11,6  | 11,0  | 3,9   | 4,0   | 5,6   | 6,7   |

Источник: [8]

Однако структурные изменения требуют внимания: доля экспорта туристических услуг России (16,3% в 2023 г.) остается ниже доковидного уровня (17,9% в 2018 г.), что указывает на незавершенность реинтеграции в международный рынок.

Деловой туризм при этом в России играет немалую роль в развитии экономики. По данным BusinessStat, в 2023 году число поездок с профессионально деловыми целями достигло 21 млн, что на 21,5% выше уровня 2022 года [10].

Таблица 2. Численность поездок с профессионально деловыми целями в России в 2019-2023 гг (млн поездок)

| Параметр                                 | 2019 | 2020  | 2021 | 2022  | 2023 |
|------------------------------------------|------|-------|------|-------|------|
| Численность деловых поездок, млн поездок | 24,4 | 16,4  | 21,6 | 17,3  | 21,0 |
| Динамика (% к предыдущему году)          | -    | -32,8 | 31,5 | -19,7 | 21,5 |

Источник: [10]

Однако восстановление объемов не гарантирует лояльности клиентов, которая напрямую коррелирует с качеством сервиса. Настоящее исследование направлено на оценку взаимосвязи качества сервиса и лояльности деловых туристов на основе анализа статистических данных Росстата за 2019–2024 гг.

Исследование опирается на методологию многомерного статистического анализа, включая:

1. Корреляционный анализ - выявление связи между инвестициями в инфраструктуру и динамикой туристических потоков.
2. Сравнительную оценку - сопоставление региональных показателей использования номерного фонда.
3. Трендовый анализ - изучение динамики ключевых индикаторов (объем услуг турагентств, экспорт туристических услуг).

Данные Росстата охватывают период с 2019 по 2024 год, включая квартальные показатели загрузки гостиниц, объемы инвестиций и структуру туристических расходов.

Таблица 3. Факторы, влияющие на развитие делового туризма 2019-2023

| Год  | Количество поездок (млн) | Динамика (%) | Основные факторы              |
|------|--------------------------|--------------|-------------------------------|
| 2019 | 24.4                     | —            | Доковидный уровень            |
| 2020 | 16.4                     | -32.8%       | Пандемия COVID-19             |
| 2021 | 21.6                     | +31.5%       | Восстановление после пандемии |
| 2022 | 17.3                     | -19.7%       | Геополитические ограничения   |
| 2023 | 21.0                     | +21.5%       | Рост деловой активности       |

Источник: [8]

Качество сервиса в деловом туризме оценивается через призму функциональных и инфраструктурных параметров:

1. Инфраструктурная обеспеченность:
  - а. Объем инвестиций в основной капитал сектора вырос с 348,9 млрд руб. в 2018 году до 921,5 млрд руб. в 2023 году, коррелируя с ростом числа деловых поездок (+21,5% в 2023 г.).
  - б. Увеличение числа коллективных средств размещения (КСР) до 31 488 в 2023 г. (+6,6% к 2022 г.) свидетельствует о расширении материально-технической базы.
2. Эффективность использования ресурсов:
  - а. Коэффициент загрузки номерного фонда в 2023 году составил 0,33, что ниже доковидного уровня (0,35 в 2019 г.), указывая на неполное восстановление спроса.
  - б. Региональные различия значительны: в Центральном федеральном округе загрузка достигает 0,48 (II кв. 2024 г.), тогда как в Дальневосточном - 0,37.

Таблица 4. Динамика инвестиций и инфраструктурных показателей

| Показатель                               | 2018   | 2023   | Прирост, % |
|------------------------------------------|--------|--------|------------|
| Инвестиции в основной капитал, млрд руб. | 348,9  | 921,5  | +164,2     |
| Число КСР, ед.                           | 28 074 | 31 488 | +12,2      |
| Коэффициент загрузки номеров             | 0,35   | 0,33   | -5,7       |

Источник: [8]

Качество сервиса выступает ключевым детерминантом лояльности туристов, путешествующих с профессионально деловыми целями, что снова подтверждается анализом статистических данных Росстата за 2019–2024 годы.

Рост инвестиций в основной капитал туристической отрасли до 921,5 млрд руб. в 2023 году (+164,2% к 2018 г.) сопровождается увеличением числа профессионально деловых поездок на 21,5% в 2023 году, свидетельствуя о прямой связи между модернизацией инфраструктуры и привлечением повторных клиентов. Однако восстановление доковидного уровня лояльности осложняется региональной дифференциацией: в Центральном федеральном округе, где коэффициент загрузки номерного фонда достигает 0,48 (III кв. 2024 г.), наблюдается стабильный рост делового туризма, тогда как в Дальневосточном округе (коэффициент 0,37) фиксируется снижение потока на 1,5%. Таким образом, подтверждается гипотеза, что качество сервиса, измеряемое через доступность современных гостиниц, скорость обработки запросов и уровень цифровизации, напрямую влияет на готовность клиентов к повторному выбору направления.

Особое значение имеет цифровая составляющая сервиса. Рост объема услуг туристических агентств до 285,9 млрд руб. в 2023 году (+31,4% к 2022 г.) коррелирует с распространением онлайн-платформ бронирования, однако отставание по экспорту туристических услуг (6,7 млрд в 2023 против 11,6 млрд в 2018 г.) указывает на недостаточную адаптацию цифровых решений для международной аудитории. Для сравнения: в Японии, где коэффициент загрузки номеров составляет 0,62, доля туризма в ВВП достигает 11,4%, что подчеркивает важность технологической интеграции для удержания лояльности [10].

Таким образом, лояльность туристов, путешествующих с профессионально деловыми целями, формируется под комплексным воздействием материально-технической базы, скорости обслуживания и цифровой доступности услуг. Регионы с высоким уровнем сервиса демонстрируют устойчивый рост потока, тогда как территории с устаревшей инфраструктурой теряют конкурентоспособность. Для укрепления лояльности необходима стандартизация качества услуг, внедрение интеллектуальных систем управления и фокус на персонализацию, соответствующую концепции «экономики впечатлений».

Статистический анализ подтверждает, что качество сервиса остается ключевым фактором лояльности деловых туристов. Несмотря на рост инвестиций, сохраняются структурные дисбалансы, требующие комплексного подхода к модернизации инфраструктуры и цифровизации процессов. Устойчивое развитие сектора возможно при условии синергии технологических решений и человекоцентричного подхода, соответствуя парадигме «экономики впечатлений».

Проведенный анализ подтверждает, что лояльность туристов, путешествующих с профессионально деловыми целями, формируется в условиях сложного взаимодействия объективных и субъективных факторов, где качество сервиса выступает системообразующим элементом. Теоретическая рамка исследования, базирующаяся на концепции «экономики впечатлений», позволяет интерпретировать полученные результаты через призму трансформации потребительских ожиданий: от стандартизированных услуг к индивидуализированным впечатлениям. В контексте делового туризма это проявляется в растущем запросе на гибридные форматы обслуживания, сочетающие цифровые инновации и эмоциональную вовлеченность персонала.

Статистические данные Росстата за 2020–2024 гг. демонстрируют, что восстановление туристического потока после пандемии COVID-19 (+21,5% в 2023 г.) сопровождается структурными изменениями в отрасли. Инвестиции в основной капитал, достигшие 921,5 млрд руб. в 2023 году, направлены преимущественно на модернизацию инфраструктуры мегаполисов (коэффициент загрузки в Центральном округе - 0,48), усиливая тем самым региональный дисбаланс. Низкие показатели загрузки в Дальневосточном округе (0,37) и сокращение экспорта тур услуг свидетельствуют о необходимости пересмотра стратегии развития. Внедрение стандартов качества могло бы стать инструментом нивелирования территориальных различий, однако их эффективность зависит от адаптации к локальным условиям.

Цифровизация, несмотря на рост объема онлайн-услуг до 285,9 млрд руб. в 2023 г., остается фрагментированной. Опыт Японии, где коэффициент загрузки номеров достигает 0,62, а вклад

туризма в ВВП - 11,4%, подчеркивает важность интеграции технологий на всех уровнях сервиса. Для России ключевым вызовом является преодоление «цифрового разрыва» между корпоративными клиентами, ожидающими бесшовной автоматизации, и регионами, где базовые инфраструктурные проблемы остаются нерешенными.

Перспективы развития делового туризма связаны с синергией трех направлений:

1. Персонализация услуг - использование Big Data для прогнозирования потребностей клиентов (например, подбор отелей с коворкинг-зонами).
2. Государственно-частное партнерство -финансирование инфраструктурных проектов в неразвитых регионах через механизмы налоговых льгот.
3. Экосистемный подход - создание межрегиональных кластеров, объединяющих транспортные узлы, гостиницы и бизнес-центры.

Геополитические ограничения 2022–2023 гг., приведшие к сокращению профессионально деловых поездок на 19,7%, актуализируют вопрос импортозамещения в туристической индустрии. Разработка отечественных IT-решений (например, систем бронирования на блокчейне) могла бы снизить зависимость от международных платформ и повысить безопасность данных.

Таким образом, устойчивая лояльность деловых туристов достигается через баланс технологической эффективности и человеческого фактора. Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку комплексных метрик оценки качества сервиса, учитывающих как объективные показатели (загрузка номерного фонда, объем инвестиций), так и субъективные факторы (удовлетворенность, эмоциональная вовлеченность). Реализация предложенных мер потребует междисциплинарного подхода, объединяющего усилия экономистов, социологов и IT-специалистов, соответствуя глобальному тренду на трансформацию индустрии гостеприимства в эпоху «экономики впечатлений».

#### Список источников:

1. Будаев П.Е. Потенциал российского туризма в посткризисный период // Государственное и муниципальное управление // Ученые записки. — 2021. — №3. — С.101–105.
2. Деловой туризм в России // Tadvise.ru. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tadvise.ru/index.php> (дата обращения: 14.03.2025).
3. Макринова Е.И. Индустрия туризма в современной мировой экономике: иерархия постановки задач и результаты социально-экономических исследований на международном, национальном и региональном уровнях / Е.И. Макринова, В.В. Лысенко, С.П. Никулина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2019. — № 2 (75). — С. 54–65.
4. Пайн Б. Джозеф П. Экономика впечатлений: работа - это театр, а каждый бизнес - сцена / Б. Джозеф Пайн П, Джеймс Х. Гилмор; [пер. с англ. и ред. Н. А. Ливинской]. - М. [и др.]: Вильямс, 2005. — 299 с.
5. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). (2020). Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm-2020.pdf> (дата обращения: 14.03.2025).
6. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). (2021). Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPPrJRJIUFoewruOdjZeqQdADo4sSbZ\\_yliZUkIi9QGutnE6uemfrwmlAoBIoVo8Jx1KmkISQ\\_8Hbv9WAFIkD9q7\\_lnudpa2Mv3zl7Mt\\_JmWScUQO5YczPxqX9ZC6mTBXXKPtguhXR5QOIg%3D%3D%3Fsign%3DJQyJUZNC2nMkIg4RMYkxk3Wclaxyb2c9Un5utKAlatU%3D&name=turizm-2021.docx&nosw=1](https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPPrJRJIUFoewruOdjZeqQdADo4sSbZ_yliZUkIi9QGutnE6uemfrwmlAoBIoVo8Jx1KmkISQ_8Hbv9WAFIkD9q7_lnudpa2Mv3zl7Mt_JmWScUQO5YczPxqX9ZC6mTBXXKPtguhXR5QOIg%3D%3D%3Fsign%3DJQyJUZNC2nMkIg4RMYkxk3Wclaxyb2c9Un5utKAlatU%3D&name=turizm-2021.docx&nosw=1) (дата обращения: 14.03.2025).
7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). (2022). Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2023 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm\\_2023.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_2023.pdf) (дата обращения: 14.03.2025).
8. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). (2024). Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2024 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm\\_2024.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_2024.pdf) (дата обращения: 14.03.2025).



9. Шариков В.И., Витковский В.А. Современные тенденции внедрения программ лояльности для клиентов предприятий индустрии туризма // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России: материалы Всерос. студенческой науч. конф. с междунар. участием (Москва, 13 марта 2019 г.) / под ред. С.В. Дусенко, Н.В. Косаревой; РГУФКСМиТ. — М. — 2019. — С. 409–414.
10. BusinesStat Анализ рынка делового туризма в России в 2019-2023 гг, прогноз на 2024-2028 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://businesstat.ru/images/demo/business\\_tourism\\_russia\\_demo\\_businesstat.pdf](https://businesstat.ru/images/demo/business_tourism_russia_demo_businesstat.pdf) (дата обращения: 14.03.2025).

*Научное издание*

**ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:  
фундаментальные и прикладные исследования**

**TOURISM AND RECREATION:  
Fundamental and applied studies**

**ТРУДЫ  
XX МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**PROCEEDINGS OF THE  
XX INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND BUSINESS CONFERENCE**

Сборник подготовлен по материалам, предоставленным авторами в электронном виде, и сохраняет авторскую редакцию

Объем издания 22,31 ус. печ. л.

**Оформление электронного издания** ООО «ЭЛИТ»

385020, Республика Адыгея, г. Майкоп, а/я - 09

[elit-publishing@yandex.ru](mailto:elit-publishing@yandex.ru)

**Дата размещения** 04.09.2025 г.