

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

*Голубчиков Ю.Н., Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,
г. Москва*

Рассматриваются возможности похода и туризма в обретении необходимых учащемуся навыков и оздоровлении. Высказываются опасения, что без осмысления красоты окрестностей и ландшафтотерапии краеведение может уйти из географии в область исторических дисциплин. Предлагаются методы лечения наиболее красивыми ландшафтами и местами.

Ключевые слова: краеведение, ландшафтотерапия, красота, туризм, оздоровление

EDUCATIONAL AND HEALTH TOURISM

Golubchikov Iu.N., Lomonosov' Moscow state university, Moscow

The possibilities of hiking and tourism in finding the necessary skills of a student and health are considered. There are fears that without understanding the beauty of the surroundings and landscape therapy, local studies can go from geography to the area of historical disciplines. Treatments are offered to the most beautiful landscapes and places.

Keywords: local studies, landscape therapy, beauty, tourism, health

Искусство жить. Ученик видит в школе – одно, в жизни – другое. Школьные знания ему нужны для контрольной или теста ЕГЭ, которыми, в свою очередь, отчитывается учитель. Но развитие нанотехнологий кладет конец устоявшимся образовательным канонам. Уже сегодня ни один экзамен, ни самый изощренный тест не в состоянии преодолеть возможности, предоставляемые доступом экзаменуемого к мобильным коммуникаторам. А что будет завтра, с развитием нейролингвистической техники?

Реальность сегодня такова, что знания все больше передаются не от отца к сыну или от учителя к обучаемому, сколько через Интернет и компьютерные игры. Дети в 4-5 лет становятся уверенными их пользователями. С этим опытом им непреодолимо скучно приниматься за чтение за партой. Но Интернет не дает всестороннего формирования личности. Сам по себе он в чем-то даже противоположен физическому совершенствованию. Связать интеллектуально-поисковую деятельность с физическим развитием могут только экскурсии, поход и туризм.

Поисково-туристическая деятельность прямо ведет к научно-исследовательской работе и ученика, и учителя. Едем, к примеру, на неделю на Белгородщину и изучаем одновременно КМА, известняк, чернозем, борьбу леса и степи, земледельца и кочевника, Курскую дугу, творчество Сковороды. А английский язык отправляемся учить в дальнее зарубежье, которое зачастую неподалеку (Финляндию, Турцию, Китай). И там тоже изучаем историю с географией.

Турпоход наилучшим образом связует обучающихся с обучаемыми. Взаимообучение в походе идет в режиме полилога – разговора многих участников, включая преподавателя, а

иногда и местных жителей. Туризм в таких условиях становится эффективным средством передачи человеку трудового и жизненного опыта.

В походе учащийся получает именно те знания, что пригодятся ему в жизни, даже не знания, а понимания. Еще Страбон определял географию как «изучение искусства жить». «В этом смысле, позволим заметить, географическое знание социально более значимо, более прагматично, а в отдельных случаях – даже судьбоносно в сравнении с любым другим, за исключением разве что умения читать, писать и считать» – писал крымский географ Н.В. Багров [2, с. 13].

В Америке и в Западной Европе обучению и оздоровлению путем туризма уделяют самое серьезное внимание. Для активизации экскурсионной и туристической деятельности каждая школа обеспечивается школьным автобусом. А у нас с каждым годом ужесточаются условия для проведения школьных походов. Для их организации нужно зафрахтовать автобус, составить для ГИБДД график движения, получить согласие от родителей, чуть ли не с ФСБ согласовать маршрут. Неумные ужесточения начались после трагедии 2016 г. на озере в Карелии. Тогда погибли 14 детей. В тот же год вице-премьер РФ Ольга Голодец сообщала, что «из-за неорганизованного отдыха детей за одно только лето погибло в РФ 1674 ребенка» [16]. Получается, гибнет по 18-20 детей в день. Это не считая тех, кто побывал на грани, но выжил. Судя по всему статистика эта на убыль не пошла, скорее возросла. Ведь стало еще больше детей предоставленных самим себе, не втянутых в экскурсионно-туристскую деятельность.

Есть еще одна сторона вопроса. Все больше молодежи сегодня страдает избыточной энергией, нередко проявляющейся в хронической агрессивности. Время и силы у людей теперь не уходят целиком на борьбу с нуждой. Появилось свободное время. Человек зачастую не в состоянии распорядиться дарованной ему свободой. Его душа опустошается скукой. Но природа не терпит пустот. Опустошенные личности с высокой энергетикой быстро наполняются пороками, преступлениями, агрессией, алкоголем и наркотиками. Все психические расстройства, болезни, разрушения и войны коренятся в этом страшном чувстве опустошенности. В путешествии же открываются новые возможности наполнения личности. Даже трудные подростки, пройдя тяжелые маршруты, возвращаются хорошими людьми.

Великий французский географ Элизе Реклю писал: «Под страхом умственного и нравственного измельчания, должно созерцанием великих картин природы противиться влиянию пошлости, сказывающейся в стольких некрасивых или посредственных вещах, в которых узкие умы видят выражения новейшей цивилизации. Необходимо, чтобы для каждого вполне развитого человека непосредственное изучение природы и созерцание ее явлений служили одним из основных начал воспитания. Нужно также в каждом развивать ловкость и мышечную силу, чтобы он с удовольствием поднимался на вершины гор, без страха глядел в пропасти» [18, с. 218].

Чтобы быть эффективным, путешествие должно интересовать путешественника. Интерес этот тем выше, чем развитее уровень индивида. Но для всех людей важна смена среды, перемена мест и впечатлений. И.В.Зорин [11] считает любую перемену наиболее эффективным средством балансирования энергии организма в наше нервное время, но только не изоляцию от новых источников информации, не эмоциональную и интеллектуальную «спячку» или физический покой.

За счет чего взять время для походов и туризма? За счет зачистки всех предметов от спама, как минимум, на треть. Не наполняйте ребенка знаниями всех тех богатств, что выработало человечество. Лучше воспламеняйте его к развитию в predetermined ему от рождения направлении.

Краеведение. Сегодня Интернет, краеведение и массовый туризм вовлекают в процессы познания самые широкие слои населения и, тем самым, разбивают кастовость научного сообщества административные рамки и цеховые условности. Идет становление своего рода «народной метанауки цифрового поколения». По самой своей сути она призвана преодолевать барьеры между самыми разнообразными дисциплинами, между религией и

наукой. «В этом отношении туризм способствует развитию географических наук и системы географического образования, росту в обществе интереса к географическим сведениям. Предприятия туризма и рекреации часто по сути своей географичны, органично вписаны в территорию, отражают ее особенности» – пишет А.И.Зырянов [12, с. 10].

Краеведение самым наглядным образом соединяет физическую географию с экономической, а их вместе – с историей и оздоровлением. На этой высшей ступени интеграции сливаются воедино естествознание с наукой о человеке, история с географией, геология с идеологией. В таком сближении и заключена высшая прелесть изучения географической науки.

Однако, ныне краеведение активно уходит из географии в сферу исторической науки. При этом волей-неволей она исследует не столько день сегодняшний, сколько прошлое, нередко достаточно отдаленное. Мы же полагаем, что краеведение должно составлять душу и сердце школьной географии.

Чтобы сохранить краеведение в лоне географической науки нужно соотнести его оздоровлением. «Бросайте все и езжайте в природу», – говорили когда-то врачи человеку, потерявшему душевное или физическое равновесие. С личностью человека природа соотносится через окружающий пейзаж или ландшафт. Ныне подзабыто, что само слово курорт (от нем. *kur* – лечение, *ort* – место) означает «лечение местом», или точнее, «лечение ландшафтом».

Ландшафтотерапия. Поскольку каждый живет в том или ином ландшафте, то может воспользоваться целительной силой ландшафтотерапии. В отечественной географической литературе термин «ландшафтотерапия» первым, по-видимому, употребляет Д.Л.Арманд [1, с. 7], хотя основоположником направления следовало бы считать А.И. Воейкова [6]. В нашем понимании ландшафтотерапия, являясь частью медицины входит, тем не менее, в систему гуманитарно-географических наук [7].

Появился термин «терапевтический ландшафт». Он определяется как метафора понимания того, как процессы исцеления проходят сами по себе в определенных местах (или в ситуациях, условиях, обстановках, средах) [29, р. 743]. Это те места «где природная и искусственная среда, социальные условия и человеческое восприятие совместно производят ту атмосферу, что способствуют исцелению» [30, р. 96].

Высказываются идеи о связи терапевтического ландшафта с салютогенезом – исследовательским направлением, которое занимается изучением источников физического, душевного и духовного здоровья человека. Слово "салютогенез" имеет две составляющие: латинскую – "salutis" (здоровье), и греческую – "genesis" (происхождение). Главный вопрос салютогенеза, таким образом, - о происхождении здоровья. В то же время главный вопрос медицины заключен в происхождении болезни (патогенез) и ориентирован на то, как избежать или устранить болезнетворные (патогенные) факторы [27].

Нынешняя форма медикаментозной медицины зародилась в западноевропейском обществе XVIII-XIX вв. Это общество восторгалось механизмами. Его отношение к Вселенной и организму видный французский философ постмодерна Мишель Фуко [23] передает «метафорой часов». Когда-то часы завелись, но наступит время – и они износятся, останутся. Подобным образом и жизнь организма подходит к концу, истекает как бы ее гарантийный срок. Чтобы продлить жизнь, необходим регулярный осмотр организма с целью своевременного внесения поправок в ход его частей. Так врачи уподобились автомеханикам. Клиенты для исправлений помещаются ими в клиники, напоминающие гаражи.

Ежегодно в медицину внедряется 200-500 новых веществ, ранее неизвестных людям. Медики не успевают и половину из них проверить на пагубность. Да и проверка на мышах, крысах и морских свинках не дает полной гарантии их безвредности [21]. Медики насчитывают свыше 10 тысяч болезней. Их число постоянно растет [15]. Медицина все больше дифференцируется. Появились эндокринологи, гистологи, биохимики, неврологи, проктологи. А никакой общей теории, связующей предмет исследования с человеком, не прослеживается.

Картина, очень напоминающая наблюдаемую в географии. В ней тоже «человека забыли!!!» – восклицал Н.Н. Баранский [3, с. 21]. Даже «одна из главных гуманитарных наук – историческая наука – отошла от непосредственного изучения человека. История человека оказалась без человека» [14, с. 503]. Во всей науке забыли о человеке. Нет в науке человековедения.

С современной медициной связывают огромные достижения. Самым важным из них считают кардинальное снижение смертности благодаря победам над инфекционными заболеваниями. Однако, исследователь западноевропейских исторических источников А.Б. Соколов [22] проясняет, что гораздо большую роль в победах над инфекциями сыграло введение таможенных и коммунальных служб, воспрепятствовавших переносу инфекционных заболеваний и улучшивших гигиеническое состояние городов. С организацией очистки воды в первой трети XX в. связывается 50-процентное сокращение смертности в США [5]. В России, напротив, показатели смертности с 1964 г. непрерывно растут на фоне неуклонного развития медицины.

До возникновения современной формы механико-медикаментозной медицины суть человеческого организма передавала, по словам Фуко [23], «метафора лампы». Лампа горит, пока в ней есть масло. Жизнь продолжается, пока в организме не израсходована «врожденная энергия». Циолковский полагал, что старение организма мы приписываем без всякого смысла или логики за счет времени, которого в действительности не существует. Есть сезонные циклы круговращения, но ни секунды, ни однонаправленного векторного времени в природе нет. «Время подарили человечеству астрономы, механики положили часы в карман, надели часы на руку, и с этих пор время, не существующее в природе, насильственно стало частью природы... понятие времени следует заменить чем-либо другим – существующим, несомненно, в действительности. Ну, например, энергией или еще чем-либо» [цит. по 25, с. 360].

Заболевший человек теряет энергию и естественную способность к самоисцелению. Больной говорит об упадке сил. Когда энергия полностью иссякает, наступает естественная смерть. Однако на расход энергии можно как-то повлиять. Лучше всего это делать перемещением в пространстве, путешествиями. Каждый знает, как переполнен событиями и впечатлениями первый день в новом незнакомом месте. И как быстро мчится время в рутинном будничном ритме. При переезде в другое место мы как бы «растягиваем» свое индивидуальное (биологическое) время.

Поэтому целью ландшафтотерапии, как и науки о туризме в целом, можно считать повышение качества жизни путем виртуального ее продления в путешествиях. Доверяя своим ощущениям, опыту и интуиции, каждый может установить для себя целительную силу тех или иных ландшафтов, а не быть ремонтируемой кем-то машиной.

Ориентирована ландшафтотерапия должна быть на оздоравливающие (сальтогенные) силы терапевтических ландшафтов. В каждом из таких ландшафтов открываются свои пейзажи, по-разному слышны голоса ветра, деревьев, воды. В каждом из терапевтических ландшафтов человек вдыхает различное количество отрицательно заряженных ионов кислорода, эфирных масел и ароматов.

Лечение красотой. Б.Б.Родман [20] рассматривал построение туристского маршрута как вид искусства. Еще больше оснований считать искусством ландшафтотерапию. Она интегрирует возможность укрепления здоровья с умением увидеть в обычном красоту необычного, воспитывает эстетически и этически. «Красота природы, – писал Кант, – действительно расширяет если не наше знание объектов природы, то во всяком случае наше понятие о природе – от понятия ее как простого механизма до понятия ее как искусства, что позволяет приступить к глубоким исследованиям [13, с. 84].

Следование природе и есть здоровье, а законы природы – это законы красоты. Отсюда вытекает, что целебны все наиболее красивые места. Издревле высокие целебные свойства приписывались горам – наиболее диким, красивым, и таинственным местам, этой элите ландшафтного царства. Издавна обожествлялись людьми и служили в целях оздоровления

реки, озера и моря. Особенно привлекательны сочетания голубых и зеленых пространств [29; 26].

«По красоте и торжественности ни один лес не может сравниться с сосновым. Издавна в народе его любовно называют «красным бором» [17, с. 152]. И в то же время в молодом сосновом лесу наблюдается практически стерильный воздух потому, что сосна отличается значительным количеством фитонцидов (в переводе «убивающий растущее»). Фитонциды неощутимы, их нельзя пощупать, увидеть под микроскопом, отличить друг от друга по запаху. Они проявляются только по действию на организмы. Фитонцидами растения убивают бактерии и как бы обеззараживают себя. Очень сильной фитонцидной активностью обладает черемуха.

С глубокой древности люди замечали, что в одних местах дышится легко, а в других затрудненно, воздуха не хватает. Чтобы активизировать деятельность кислорода в нашем организме, надо учиться не столько правильно дышать, чему посвящены сотни руководств, сколько где надо дышать.

Самое доступное средство исцеления человека представляют прогулки с вдыханием фитонцидов и отрицательных ионов кислорода. Это самое замечательное и бесплатное лекарство. Очень насыщен отрицательными ионами воздух после грозы. Ионизацию воздуха создают так называемые тихие электрические разряды у крон высоких деревьев и на вершинах гор, распыление и разбрызгивание воды у горных рек и водопадов, фонтанов, во время прибоев у побережья морей и океанов. Очень полезен кислород в хвойном лесу [24].

Живший в XVI веке швейцарский врач Филипп фон Гогенгейм Парацельс утверждал, что растения очищают атмосферу, принимая в себя окись углерода, выдыхаемую животными и людьми. Таким же образом перенимают растения болезни от людей и животных. Мысли Парацельса начали подтверждаться с открытием выделяемых листвой и хвоей летучих соединений – терпенов. Они положительно влияют на образование в крови большего количества так называемых клеток-киллеров, ответственных за уничтожение угрожающих здоровью вирусов, бактерий и даже раковых клеток. Стоит прогуляться по лесу – и число таких клеток-киллеров в организме подскакивает примерно на 50% [27].

У многих народов предметом усиленного ухода и почитания служат старые деревья. Особенно ценится одиночно стоящий дуб. «Патриарху лесов» приписывается мощная биоэнергетика. Одновременно это очень величественное и красивое дерево.

Чаще всего красивыми считаются контрастные и контактные среды: берег реки или моря, вершины и гребни горных массивов, обрывы, поляны и опушки в лесу «Если бы весь мир состоял из одних лесных опушек, как роскошно богата была бы Земля!» [10, с. 128].

Наиболее величественные контрасты приурочены обычно к местам бывших сокрушительных катастроф. «Лучшие красоты природы создались на месте бывших потрясений земли. Вы знаете восторг перед скалами, пропастями, живописными путями старой лавы. Изумляетесь кристаллам и морщинам каменных цветных наслоений. Бесконечную красоту дают конвульсии космоса» [19, с. 55].

В определенных ландшафтах человек чувствует прилив сил и бодрости, позитивный настрой и внутренний подъем. Чаще всего это очень красивые места. В старину о таких местах говорили, что там нисходит благодать. Ранние ландшафтотерапевтические разработки в основном концентрировались на таких редких и экстраординарных местах, где сооружались культовые постройки, куда навевались паломники, где находились священные источники и колодцы [8; 9; 30].

А из других мест невольно хочется уйти, до того там неуютно, иногда страшно. Сейчас их связывают с геопатогенными зонами. Можно предположить, что в будущем карты геопатогенных и геолечительных зон станут неотъемлемым атрибутом экологической экспертизы, но пока вызывают определенное отторжение. Полвека назад такое же неприятие вызывали экологические карты вредных производств, без которых сегодня немислимо обойтись.

Критерием выбора своего терапевтического (оздоравливающего) ландшафта на первых порах вполне может быть то, что нравится, где возникает ощущение отдохновения. При этом в зависимости от состояния организма, пристрастия к определенным местам могут меняться. Единственное, что требуется – умение наблюдать за собой. «Собственные наблюдения человека над тем, от чего ему польза и от чего вред, – вот вернейшее средство сберечь здоровье», – писал Френсис Бэкон [4].

Пейзаж, что не лег на душу, может действовать очень отрицательно. При этом в зависимости от состояния организма и сезонно-метеорологических условий, пристрастия к определенным местам могут меняться. Для одних рассветы захватывающее зрелище, другие их не замечают. Возможно, каждому человеку нужна своя отдельная ландшафтотерапия. Что комфортно и вдохновляющее для одного, может оказаться слишком рискованным или неудобным другому. Дж. Апплетон [26] утверждал, что человек уже генетически адаптирован к определенным ландшафтам.

Некоторые общие рекомендации все же возможны. Высокая плотность и скученность населения – главный фактор любых заражений. Создается странная ситуация. Пребывая год в переполненном офисе или мегалополисе, человек устремляется отдыхать на не менее переполненное людьми курортное побережье или в столь же многолюдные туристические центры. Переезжая за тысячи километров, он вынужден привыкать к новой природной обстановке, а по возвращении к обычному месту жительства, переадаптироваться снова. Поправлять здоровье следовало бы ему как раз в малолюдной или даже безлюдной экологически чистой среде.

Географ как врач. Возникает вопрос: насколько географ имеет право в определенной степени быть врачом и рекомендовать людям те или иные ландшафты для подъема жизненных сил? А почему бы и нет. О лечебных свойствах многих растений современные медики почти ничего не знают, но с ними знакома старинная народная медицина. Логично предположить, что подобного рода содружество возможно также между медициной и географией. Связует их прежде всего ландшафтотерапия.

Но то, что хорошо для здоровья человека, то хорошо и для природы. Поэтому ландшафтотерапевтическая деятельность служит сохранению природы в не меньшей степени, чем многозатратные экологические акции в ее защиту. И наоборот, защитники природы стоят также на страже нашего здоровья.

На тему ландшафтотерапии известны лишь единичные издания. Есть множество публикаций о лечебных свойствах леса, моря, климата, рек, но при огромном обилии книг о лечебных свойствах отдельных растений, нет книг о лечении биогеоценозом. Важнейшая наука о живых сообществах до сих пор не лечит людей. Не потому что не может, а потому что в лечении навязываются все более дорогостоящие приемы.

Если бы ландшафтотерапии была уделена хотя бы незначительная часть того, что направлено на химико-медикаментозные методы лечения, то, наверное, она бы стала эффективным средством оздоровления. Но разработка этого исконно присущего организму средства исцеления еще впереди. Конечно, поприще ландшафтотерапии требует тонкого понимания. Зато и служит переориентированию географии и экологии от преобразования природы и ее охраны к преобразению человека и его спасению.

Список использованных источников и литературы

1. Арманд Д.Л. Нам и внукам. – М.: Мысль, 1966. – 254 с.
2. Багров Н.В. География в информационном мире. – Симферополь, 2004. – 213 с.
3. Баранский Н.Н. Страноведение и география физическая и экономическая // Баранский Н.Н. Избранные труды. Научные принципы географии. – М.: Мысль, 1980. – С. 18-51.
4. Бэкон Ф. Опыты // Сочинения в двух томах. Т. 2. – М.: Мысль (Философское наследие), 1978. – 575 с.
5. Ваганов А.Г. Технологичная культура. – М.: Технетика, 2008. – 198 с.

6. Воейков А. И. Исследования климатов для целей климатического лечения и гигиены. Избранные статьи. – СПб., 1957. – Т. 4. – С. 45-61.
7. Голубчиков Ю.Н. Основы гуманитарной географии. – М.: Инфра-М, 2010. – 368 с. https://studref.com/364640/geografiya/osnovy_gumanitarnoy_geografii
8. Григорьев Ал.А. Природные святыни. – СПб.: Образование, 1997. –124 с.
9. Григорьев Ал.А. Священные земли Озерного края. – СПб: Изд-во СПб гос. ун-та, 2001. – 285 с.
10. Зархина Е.С. Звезда в траве. Природа-люди-идеи. – Хабаровское книжное издательство, 1990. – 256 с.
11. Зорин И.В. Феномен туризма. Избранные сочинения. – М.: Наука, 2005. – 552 с.
12. Зырянов А.И. География и туризм: различие и общность интересов // Современные проблемы сервиса и туризма, 2014, № 1. – С. 10-15.
13. Кант И. Сочинения. В 8 т. / Под общ. ред. А.В.Гулыги. Т.5. Критика способности суждения (Мировая филос. мысль). – М.: Чоро. 1994. – 414 с.
14. Лихачёв Д.С. Охраняемый пейзаж // Лихачёв Д.С. Книга беспокойств. – М.: Новости, 1991. – 528 с.
15. Мясников А.Л. Как жить дольше 50 лет: честный разговор с врачом о лекарствах и медицине. – М.: Эксмо, 2013. – 192 с.
16. На каникулах в России каждый день гибнет 18-20 детей <https://www.mk.ru/social/2016/06/29/na-kanikulakh-v-rossii-kazhdyu-den-gibnet-1820-detey.html>
17. Низовцев В.А. Лесные богатства Подмосковья // Край наш Московский: история, природа, современность. Учебное пособие. М.: Экопрос, 1997. – С. 148-159.
18. Реклю Э. Земля. Описание земного шара. Выпуск VI. – СПб., 1901. – 278 с.
19. Рерих Н. Цветы Мории. Пути Благословения. Сердце Азии. – Рига: Виеда, 1992. – 261 с.
20. Родоман Б. Б. Некоторые общие черты географических наук и задачи единой географии // Философские вопросы естествознания. – М., 1960. Т.3. – С. 299–327.
21. Сергеев Б.Ф. Опасные растения. Изд. 2-е. – М.: ЛЕНАНД, 2017. – 216 с.
22. Соколов А.Б. Введение в современную западную историографию. – Ярославль, 2002. – 132 с.
23. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. – М.: Ad Marginem, 1999. – 480 с.
24. Чижевский А.Л. Аэроионификация в народном хозяйстве. – 2-е изд., сокр. М.: Стройиздат, 1989. – 488 с.
25. Чижевский А.Л. На берегу Вселенной. Воспоминания о К.Э.Циолковском. – М.: Айрис-пресс, 2007. – 448 с.
26. Appleton J. The Experience of Landscape. – Chichester: John Wiley, 1996. – 282 p.
27. Arvay Clemens G. The Healing Code of Nature: Discovering the New Science of Eco-Psychosomatics – Sounds True, 2018. – 216 pp.
28. Foley R., Kistemann T. Blue space geographies: Enabling health in place // Health & Place – 2015, 35. – Pp 157-165. <http://chg.ie/content/pdfs/performinghealthinplace.pdf>
29. Gesler, W., Therapeutic landscapes: medical issues in light of the new cultural geography // Social Science & Medicine. – 1992, 34.– Pp. 735-746.
30. Gesler, W. M. Lourdes: Healing in a Place of Pilgrimage // Health & Place, 1996, 2 –Pp. 95-105.
31. Williams, A. (ed). Therapeutic Landscapes. – Hampshire, UK: Ashgate, Farnham, 2007 – 400 pp.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД И МЕТОД СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА
ДЛЯ ОЦЕНКИ РОЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО
ТУРИЗМА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ***

*Дайнеко Д.В. Иркутский научный центр, Иркутский национальный исследовательский
технический университет, г. Иркутск*

*Дайнеко В.В. Иркутский национальный исследовательский технический университет,
г. Иркутск*

В данной статье рассматривается сравнительный подход и метод социологического опроса для оценки роли и эффективности экологического туризма, как наиболее перспективного направления развития туризма в Байкальском регионе. Реализация которого должна стать важным шагом способствующим как экономическому развитию России, так и сохранению ее природных и культурных ценностей. Представлены концепция сравнительного подхода, метод социологического опроса и модель оценки роли и эффективности экологического туризма в Байкальском регионе.

Ключевые слова: экологический туризм, устойчивое развитие, Байкальский регион, оценка эффективности

**COMPARATIVE APPROACH AND SOCIOLOGICAL SURVEY METHOD FOR
EVALUATION OF ECOLOGICAL TOURISM ROLE AND EFFECTIVENESS
DEVELOPMENT IN BAIKAL REGION**

*Dayneko D.V., Irkutsk Scientific Center, Irkutsk National Research Technical University,
Irkutsk*

Dayneko V.V., Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk

This article discusses the comparative approach and the method of sociological survey to evaluate the role and effectiveness of ecological tourism as the most prospective way of tourism development in the Baikal region. The implementation of which should be an important step contributing to both the economic development of Russia and the preservation of its natural and cultural values. The concept of a comparative approach, the method of sociological survey and a model for evaluation of the role and effectiveness of ecological tourism in the Baikal region are presented.

Keywords: ecological tourism, sustainable development, Baikal region, evaluation of effectiveness

Экологический туризм является относительно новой концепцией в России и в Байкальском регионе в частности. Отличительной особенностью экологического туризма от обычного является то, что массовый туризм подразумевает просто путешествия на расстояние из дома, в то время как, экологический определяется именно как «ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и поддерживает благосостояние местного населения и включает интерпретацию и образование» [3].

Сравнительный подход к экологическому туризму предполагает посещение различных достопримечательных мест, как в самом Байкальском регионе, так и за его пределами, что необходимо для проведения анализа роли и эффективности экологического туризма в Байкальском регионе, а также определения актуальных и востребованных направлений его дальнейшего развития для достижения целей экономического и социального развития региона, наряду с современными экологическими требованиями. С помощью такого сравнительного подхода к экологическому туризму было выявлено, что рекреационные,

географические и ценовые преимущества Байкальского региона существенно привлекательны для туристов. В тоже время необходима реализация новых инновационных экоориентированных проектов на основе опыта Швейцарии и других альпийских стран [1].

Необходимость сравнительного подхода с учетом всех институциональных факторов к решению проблем развития экологического туризма в природных регионах, обусловлена существующими условиями и обстоятельствами формирования конкурентной туристической среды и экологического туризма как приоритетного направления. Важно создание профессиональной кадровой базы и проведение образовательных программ, в том числе совместных, как для местного населения так и для туристов посещающих экологические достопримечательности, что позволит достичь положительных результатов и добиться впечатляющих достижений в сфере экологического туризма. Специфика экотуризма заключается в том, что он не только стимулирует и удовлетворяет желание общаться с природой, но при этом предотвращает или, по крайней мере, минимизирует негативное воздействие на окружающую природную среду и культуру, побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию.

В дополнение к обозначенным ранее, сравнительному подходу и методу системного анализа для оценки состояния природных, исторических и культурных достопримечательностей в регионе, логическим методам исследования, методу абстрактного моделирования и прогнозирования, методам экономического, статистического и институционального анализа проблем развития экологического туризма, институциональной структуры, определения преимуществ и недостатков природных, исторических и культурных достопримечательностей [1], в данной статье рассматривается метод социологического опроса и регрессионного анализа. В качестве основных методов сравнительного подхода предлагается SWOT-анализ и кросс-секционный регрессионный анализ.

Сравнительный подход и методы социологического опроса и регрессионного анализа для оценки состояния природных, исторических и культурных достопримечательностей и эффективности экологического туризма в Байкальском регионе предполагает посещение достопримечательных мест природного и культурного наследия и применяется наряду с методами представленными ранее. Научная новизна предлагаемого сравнительного подхода состоит в разработке методов анализа и оценки природных, исторических и культурных достопримечательностей и экологического туризма как фактора устойчивого социально-экономического развития Байкальского региона на основе анкетного опроса экспертов в области туризма.

Анкета «Экологический туризм» для опроса экспертов проводимого в Байкальском регионе включает вопросы представленные в таблице 1. Для дальнейшей обработки с помощью методов кросс-секционного регрессионного анализа, показатели предлагается оценить по 10 бальной шкале (от 0 до 10).

Модель оценки роли экологического туризма в устойчивом развитии Байкальского региона представлена следующим образом:

$$ET = f(GDP_t, GovEff_t, Q_{st}, P_{at}, I_{et}, I_{inft}), \quad (1.1)$$

где показатель (ET) – обобщенная оценка прогресса развития экологического туризма в Байкальском регионе в целом (представляет собой экспертную оценку объема и качества институционального устройства экологического туризма). В качестве потенциальных факторов, влияющих на показатель ET , выбраны следующие оценочные характеристики развития: GDP – валовый внутренний продукт в ценах 2005 г, представляющий долю дохода от туризма, $GovEff_t$ – эффективность правительства и администраций, включая такие институциональные аспекты, как нормативно-законодательное обеспечение и его исполнение и качество инфраструктуры, Q_{st} – качество обслуживания, P_{at} – популярность достопримечательностей, I_{et} – проведение образовательных программ и информационно-аналитическая поддержка, I_{inft} – неформальные институты (традиции и обычаи) и другие факторы определяющие привлекательность места пребывания.

Таблица 1 – Анкета «Экологический туризм в Байкальском регионе» для экспертов

№ п/п	ВОПРОС
I	Вы являетесь? (нужное отметить)
1.	Жителем особо охраняемой природной территории (ООПТ)
2.	Представителем малого туристического бизнеса
3.	Представителем крупного туристического бизнеса
4.	Сотрудником администрации или органов власти
5.	Научным сотрудником
6.	Туристом
7.	Другим экспертом в сфере туризма (пожалуйста, поясните)
II	Пожалуйста, оцените по 10 бальной шкале
1.	Насколько Вы компетентны в области туризма и экологического туризма?
2.	Насколько привлекательны достопримечательности Байкальского региона?
1)	• Природные достопримечательности
	в том числе
	ООПТ (заповедники, национальные парки, заказники) (назовите)
	озеро Байкал и другие (назовите)
	Реки, ручьи, устья, истоки (назовите)
	Горы, хребты, перевалы, скалы, холмы (назовите)
	Водопады (назовите)
	Пещеры (назовите)
	Тайга и лес (назовите)
	Городские парки, скверы, набережные (назовите)
	Прочие природные достопримечательности (назовите)
2)	• Культурные и исторические достопримечательности
	Музеи, галереи, планетарии (назовите)
	Объекты культурного наследия (назовите)
	Памятники, скульптуры, мемориалы, монументы (назовите)
	Палеонтологические и археологические находки, раскопки и памятники (назовите)
3)	• Аномальные зоны и заброшенные места (назовите)
4)	• Индустриальные и техногенные объекты (назовите)
5)	• Другие достопримечательности (назовите)
3.	Насколько важны следующие факторы влияющие на устойчивое развитие экологического туризма?
	• Нормативно-правовая база (законы, постановления, распоряжения)
	• Роль правительства и местных администраций
	• Популярность достопримечательностей
	• Качество предоставляемых туристических услуг
	• Проведение образовательных программ и информационно-аналитическая поддержка
	• Роль местных жителей в развитии экологического туризма
	• Неформальные институты (традиции, обычаи и другое)
4.	Если Вы не принимаете участие в программах экологического туризма, то насколько ощущаете необходимость принять в них участие?
5.	Что в большей степени на Ваш взгляд мешает развитию экологического туризма в Байкальском регионе:
	Отсутствие экологических туров?
	Отсутствие спроса на экологические туры?

№ п/п	ВОПРОС
	Отсутствие маркетинга экологических туров?
	Отсутствие экологических достопримечательностей?
	Отсутствие заинтересованности в реализации проектов экологического туризма?
	Отсутствие государственной поддержки программ экологического туризма?
	Отсутствие финансирования на разработку и развитие программ экологического туризма?
	Другое (пожалуйста, поясните)?
6.	На что в большей степени влияет на Ваш взгляд реализация программ экологического туризма в Байкальском регионе
	На экономическое развитие Байкальского региона?
	На социальное развитие Байкальского региона?
7.	В какой степени оказывают влияние на Ваш взгляд программы экологического туризма в регионе на
	Инвестиционную активность (рост инновационной туристической активности вызывает рост инвестиционной привлекательности)?
	Финансовую активность и конкурентоспособность (рост инновационной туристической активности укрепляет финансовую устойчивость и конкурентоспособность)?
8.	Насколько сильно вы оцениваете потребность в более тесном научном сотрудничестве в форме конференций, семинаров, симпозиумов, круглых столов?
9.	Как Вы оцениваете необходимость участия государства в инновационных экологических проектах туризма?
	Необходимость влияния региональных и муниципальных властей на туристическую деятельность предприятий?
	Необходимость поднятия интереса и стимулирования региональными и муниципальными властями в программах экологического туризма?
	Необходимость оказания региональными и муниципальными властями поддержки (финансовой, предоставление льгот)?
10.	В какой степени на Ваш взгляд развитие экологического туризма оказывает влияние на снижение безработицы и повышение доходов местного населения?
11.	Насколько совершенно действующее туристическое законодательство?
12.	Главная проблема развития экологического туризма в Байкальском регионе это:
	а) высокие цены на внутреннем рынке туризма
	б) плохие дороги и недоступность экологических достопримечательностей
	в) плохая туристическая инфраструктура
	г) отсутствие современного конкурентного сервиса и профессиональных кадров
	д) низкая популярность существующих экологических достопримечательностей
	е) отсутствие современных программ развития и маркетинга экологического туризма
	ж) несовершенство нормативно-законодательной базы в сфере туризма
	з) другое (пожалуйста, поясните)
13.	Главные преимущества экологического туризма в Байкальском регионе:
	а) выгодное географическое положение
	б) конкурентные цены на экологические туры
	в) отсутствие развитой туристической инфраструктуры
	г) наличие популярных экологических достопримечательностей
	д) другое (пожалуйста, поясните)
14.	Какова вероятность того, что внутренний экологический туризм станет более популярным чем туризм выездной?

№ п/п	ВОПРОС
15.	<i>Как в туристической отрасли обстоит ситуация с обеспеченностью профессиональными кадрами?</i>
16.	<i>Насколько в последние годы увеличился поток туристов в Байкальском регионе? 0 – поток туристов существенно уменьшился; 1-2- поток туристов скорее уменьшился, чем увеличился; 3-4 поток туристов остался на прежнем уровне; 5-6 – поток туристов скорее увеличился, чем уменьшился; 7-9 – поток туристов существенно увеличился; 10- поток туристов многократно возрос</i>
17.	<i>Насколько комфортным и безопасным является посещение экологических достопримечательностей для экологических туристов? 0- туристы постоянно испытывают дискомфорт и незащищенность, места пребывания туристов выглядят бесхозными и никем не охраняемыми; 1-3- зачастую небезопасно и дискомфортно; 4-6- достаточно безопасно и комфортно, но места пребывания экологических туристов воспринимаются как плохо обустроенные и слабо охраняемые; 7-9 хорошая организация пребывания и охрана в местах посещения экологических достопримечательностей; 10 – отличная организация пребывания и охрана в местах экологических достопримечательностей</i>
18.	<i>Насколько эффективным является развитие экологического туризма в Байкальском регионе с экономической точки зрения?(0-10, 1- наименее эффективно, 10- наиболее эффективно)</i>

Для оценки эффективности экологического туризма предлагается следующая регрессионная модель:

$$\text{Эф} = f(\text{An}, \text{Ac}, \text{Ah}, \text{E}), \quad (1.2)$$

где (Эф) – обобщенный показатель, оценивающий эффективность развития экологического туризма. В качестве объясняющих переменных модели (1.2) выступают оценочные характеристики использования тех или иных видов достопримечательностей в Байкальском регионе, а именно: An – природные достопримечательности, Ac – культурные достопримечательности, Ah – исторические достопримечательности, E – соответствие достопримечательностей ожиданиям.

Данная модель удовлетворяет предъявляемым требованиям и может быть использована для объяснения (анализа) эффекта экологического туризма на устойчивое развитие туризма в Байкальском регионе в целом.

Она позволяет оценить: 1) насколько эффективно реализуются в регионе программы экологического туризма; 2) оценить роль достопримечательностей; 3) определить важность природных, культурных и исторических достопримечательностей в развитии туризма. На основе табличных данных (см. таблицу 1) будут получены регрессионные зависимости между указанными факторами.

Данная модель показывает суммарное влияние достопримечательностей за счет вариаций полученных значений на основе экспертных оценок. Из данной модели, и согласно предварительным оценкам экспертов, видно, что для устойчивого развития туризма в Байкальском регионе следует особое внимание обратить на представление доступа к достопримечательностям.

Экотуризм должен стать важным компонентом устойчивого развития природных территории в Байкальском и других регионах России. В основе всех представленных определений экотуризма содержатся цели достижения устойчивости и средства достижения этой цели, а именно «минимизация негативных воздействий на природную и культурную среду», «усиление экономической отдачи на благо охраны природы» и экологическое образование.

Дальнейшая работа предполагает проведение социологического опроса экспертов в области экологического туризма и проведение анализа данных полученных в ходе опроса.

Такой анализ должен включать получение качественных экспертных оценок, их конвертацию в количественные показатели с помощью представленных эконометрических кросс-секционных регрессионных моделей и дальнейшую интерпретацию полученных данных. Важным является и сопоставление количества особо охраняемых природных территорий с площадью региона и с его рекреационно-туристскими возможностями, а также класса его инновационной активности согласно перечню НАИРИТ [2]. Дальнейшее развитие экотуризма в регионах России, должно быть тесно связано с формированием системы особо охраняемых природных территорий.

Применение метода социологического опроса и регрессионного анализа для выявления проблем и направлений дальнейшего развития экологического туризма, а также оценки его роли и эффективности в Байкальском регионе является обоснованным эконометрическим инструментом, когда полученные качественные показатели переводятся в количественные, что необходимо для интерпретации полученных результатов.

Список использованных источников и литературы

1. Дайнеко Д. В. Дайнеко В.В. Сравнительный подход к экологическому туризму: Байкальский регион и Альпы // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий. Сборник научных статей по результатам семнадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 140-летию ТГУ и 70-летию ТОО РГО, 30 октября-1 ноября 2018 г. – Томск, 2018. стр. 39-47.
2. Национальная ассоциация инноваций и развития информационных технологий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nair-it.ru/news/04.07.2013/405> (дата обращения: 23.04.2019).
3. The International Ecotourism Society [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecotourism.org/> (дата обращения: 23.04.2019).

Данная статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Иркутской области, грант № 17-410-380003 «Системный анализ возможностей и эффективности применения природосберегающих технологий на Байкальской природной территории»

МАРКЕТИНГОВАЯ СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ ТУРИСТСКОЙ КОМПАНИИ

Есимова Д.Д., Абельдинов Р.Р., Павлодарский государственный университет имени С.Торайгырова, г. Павлодар, Казахстан

В статье рассматриваются теоретические основы маркетинга туристской компании, вопросы сбыта туристского продукта. Приводятся факторы, которые следует учитывать при выборе каналов сбыта туристского продукта. А также рассмотрены методы для реализации турпродукта через посредников.

Ключевые слова: маркетинг, сбыт, туристская компания, индустрия туризма, инвестиция, экономика

MARKETING SALE STRATEGY OF TOURIST COMPANY

Yessimova D.D., Abeldinov R.R., S. Toraihyrov Pavlodar state university, Pavlodar, Kazakhstan

The article discusses the theoretical foundations of marketing a travel company, the marketing of a tourist product. The factors that should be considered when choosing a marketing channel for a

tourist product are given. And also considered methods for the implementation of tourism products through intermediaries.

Keywords: marketing, sales, tourist company, tourism industry, investment, economy

Стратегия сбыта представляет собой систему организации и управления сбытом, ориентированную на долгосрочное планирование, позволяющую успешно реализовывать предоставляемые туристские услуги. Она предусматривает рассмотрение и решение вопросов, связанных с возможностью использования турагентов и выбора соответствующих каналов, направлений и методов сбытовых коммуникаций.

Любая сбытовая система состоит из элементов внутренней среды и внешней среды. Элементами внешней среды являются каналы распределения – промежуточные звенья, совокупность физических и юридических лиц, принимающих на себя право собственности на продукцию на их пути к конечному потребителю. Они выполняют следующие функции: исследование (сбор маркетинговой информации), стимулирование сбыта, установление контактов с потенциальными покупателями (финансирование), принятие риска и т.д. На практике выбор варианта распределения товаров, услуг – с участием промежуточных звеньев (косвенный канал) или без них (прямой канал) – определяется следующими факторами:

- наличие конкурентов и их торговая политика;
- возможность иметь соответствующий персонал в своей компании и обеспечить ему необходимую и постоянную загрузку;
- знание конъюнктуры рынка и умение быстро реагировать на ее изменения;
- известность и авторитет компании.

В туристском бизнесе, как правило, компания получает тем большую прибыль, чем более разветвлена сеть каналов распределения. В отличие от продажи напрямую потребителю посредник специализируется на выполнении задач по эффективному размещению продукта непосредственно там, где он доступен для реализации. Косвенные каналы связаны перемещением товаров и услуг сначала от изготовления к посреднику, а от него к потребителю. В таких каналах заинтересованы те туристские компании, которые отказываются от несвойственных им сбытовых функций и соответственно расходов.

Не существует единственного и наилучшего канала сбыта продукции. Каждый раз выбор определяется необходимостью максимально снизить затраты на услуги посредников, обеспечить надежный сбыт и своевременность доставки продукции на рынок – к сезону, с учетом спроса. Наиболее важные факторы, которые следует учитывать при выборе каналов распределения: интересы потребителей, интересы компании, особенности продукции, стоимость единицы товара или услуги, наличие конкурентов, вид канала распределения и т. д. При оценке канала, прежде всего необходимо учитывать: мощность канала, приемлемый уровень цен для различных категорий потребителей, необходимые инвестиции для функционирования каждого конкретного канала распределения, условия взаиморасчетов, сезонность по каждому конкретному туру и т. д. При определении альтернативных каналов составляют список существующих каналов сбыта, которые затем сравнивают по ряду факторов и выбирают наиболее подходящий для данного рынка. Основными факторами оценки каналов сбыта являются: степень охвата целевого рынка, пути доступа к данному каналу, размер инвестиций, соотношение доходов и расходов, возможность контроля, условия сотрудничества, условия конкуренции [1].

Для реализации продукции через посредников, как правило, используют следующие методы:

- экстенсивный – размещение и реализация продукта в любой туристской компании, которая готова его продавать;
- исключительный – выбор какого-то одного посредника в данном географическом регионе, которому, как правило, предоставляется исключительное право на реализацию продукта;

- выборочный – турпродукт реализуется через две компании или более, которым предоставляется исключительное право реализовывать продукцию компании в регионе.

Планирование стратегии продвижения в индустрии туризма часто понимают как дополнение к рекламе. Реклама воспринимается как основное средство для достижения цели в долгосрочном плане, а также для создания имиджа туристской организации и ее продукта, тогда как стратегия продвижения используется для выполнения краткосрочных задач, например для избавления от текущих запасов. Однако сейчас, когда решающим фактором в индустрии туризма становится возросшая конкуренция, менеджеры по маркетингу должны использовать все доступные коммуникационные методы.

Менеджеры туристской компании по маркетингу применяют следующие приемы:

- стратегия подтягивания – нацеливает продвижение продукта непосредственно к потребителю путем создания спроса с помощью широкого ознакомления с торговой маркой туристской компании; при этом потребитель предварительно принимает решение о покупке;

- стратегия толчка – предполагает накопление определенного количества турпродукта, а затем его быстрый сбыт. Например, новые туристские компании при создании своего рынка могут применять и стратегию подтягивания при поддержке рекламы, и стратегию толчка, выбирая ключевых турагентов и помогая им при продаже продукта своим клиентам, при этом расходы на продвижение делятся поровну.

При реализации программы продвижения турпродукта необходимо определить, когда она начнется и сколько времени будет продолжаться. Если программа непродолжительна, то достичь эффективности очень сложно. Если программа рассчитана на длительное время, то степень воздействия ее будет постепенно уменьшаться и это может нанести урон имиджу туристской компании. Поэтому задачей маркетинга становится определение оптимальной продолжительности программы продвижения продукта. После реализации рекламной кампании следует оценить ее эффективность, например, по объему продаж, повышению популярности туристской компании. С этой целью до и после осуществления программы продвижения проводятся опросы клиентов туристских центров, в ходе которых выясняют их отношение к мероприятиям по продвижению турпродукта.

Стимулирование сбыта представляет собой систему различных методов и приемов, направленных на пробуждение и усиление ответной реакции целевой аудитории на мероприятия в рамках маркетинговой стратегии туристской компании. К средствам стимулирования сбыта относятся стимулирование потребителей (купоны, премии, конкурсы и т.д.), стимулирование торговли, стимулирование собственного персонала. Средства стимулирования можно разделить на две категории:

- способствующие формированию привилегий в глазах потребителей – предложение льготной сделки, например, предоставление премии или бесплатного тура для руководителя группы из 15-18 туристов;

- не способствующие формированию привилегий в глазах потребителей – конкурсы и лотереи, предложение возврата денег потребителям при невыполнении условий тура [2].

Стимулирование сбыта наиболее эффективно при использовании его в сочетании с рекламой. Разработка программы стимулирования сбыта включает в себя следующие этапы:

- установление целей и задач стимулирования;

- выбор инструментов стимулирования сбыта;

- выявление круга участников программы;

- определение интенсивности мероприятий по стимулированию сбыта;

- принятие решений о средствах распространения информации о программе стимулирования сбыта;

- определение времени проведения о продолжительности мероприятий по стимулированию сбыта;

- разработка бюджета;

- проведение анализа результативности тех или иных мероприятий.

Задачи стимулирования сбыта вытекают из задач маркетинга продукта турпродукта. Конкретные задачи стимулирования зависят от типа целевого рынка. Так, среди задач стимулирования потребителей - поощрение более интенсивного использования турпродукта и совершения более частых поездок, побуждение к покупке турпродукта новых лиц, привлечение тех, кто покупает турпродукты конкурентов. Применительно к туроператорам и турагентам это поощрение включения нового турпродукта в свой ассортимент, подрыв мер стимулирования, предпринимаемых конкурентами, и т.д. Для собственного персонала – это поощрение их поддержке нового продукта, поощрение большего числа посещений клиентов и поощрение их усилий по поднятию объема внесезонных продаж.

Список использованных источников и литературы

- 1 Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой. М. : Финансы и статистика, 2010. 250 с.
- 2 Дурович А. П. Основы маркетинга: Учебное пособие. М. : Новое знание, 2014. 512 с.

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГИОНА

Зелюткина Л.О.¹, Коростелев Е.М.², Мулява О.Д.³, Добряк С.Ю.⁴, Кисин К.А.⁵, Шитова Л.Ф.⁶,

¹ Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена, ² Санкт-Петербургский государственный университет, ³ Санкт-Петербургский государственный университет, ⁴ Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена, ⁵ Кандидат педагогических наук, Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена, ⁶ Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт - Петербург

В статье рассматриваются особенности использования природных ресурсов региона Северного Приладожья. Проводится анализ географических условий, определяющих рекреационный потенциал. Приводятся варианты рационального использования туристско-рекреационных ресурсов региона.

Ключевые слова: рациональное природопользование, Северное Приладожье, экологический туризм, особо охраняемые природные территории (ООПТ)

THE WAYS OF STREAMLINING REGIONAL TOURISM NATURE MANAGEMENT

Zelutkina L.O.¹, Korostelev E.M.², Mulyava O.D.³, Dobryak S. Y.⁴, Kisin K.A.⁵, Shitova L.F.⁶,

¹ A. I. Herzen State Pedagogical University, ² St. Petersburg State University, ³ St. Petersburg State University, ⁴ Herzen State Pedagogical University, ⁵ Herzen State Pedagogical University, ⁶ St. Petersburg State University, St. Petersburg

The article discusses the availability of natural resources and their use in the Northern Ladoga region. The analysis of geographical conditions determining the regional recreational potential has been carried out. Several options of effective use of tourist and recreational resources of the region are submitted.

Key words: effective nature management, Northern Ladoga area, ecological tourism, specially protected natural areas (SPNA)

В последние годы стремительно повышается социально-экономическое значение туризма, как фактора устойчивого экономического развития стран и регионов мира. Актуальность развития туристско-рекреационной деятельности в России подтверждается государственной политикой, направленной на развитие рекреации и туризма. В частности, принята "Концепция развития системы особо охраняемых природных территорий федерального значения на период до 2020 г.", реализована ФЦП "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации" (2011-2018 гг.), утверждена "Стратегия развития и национальной безопасности Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 г", предусматривающая развитие арктического туризма.

Тем не менее, перечисленные программы носят рамочный характер и требуют научного обоснования.

Северные и северо-западные районы России играют особую и важную роль в развитии экономики страны. В настоящее время – это преимущественно сырьевые районы, ориентированные на развитие добывающих отраслей промышленности (нефтегазовой, горнодобывающей, лесной), которые неизбежно приводят к разрушению и загрязнению природной среды, деградации естественных ландшафтов. Поэтому важной стратегической задачей развития является сохранение природных ландшафтов и историко-культурных ландшафтов, сформировавшихся на протяжении многих веков вдоль древних водно-волоковых путей [2].

Особая роль в системе хозяйственного освоения региона принадлежит туристско-рекреационной сфере, которая в отличие от многих форм природопользования не извлекает ресурс, а способствует его сохранению и развитию.

Цель исследования состоит в определении роли туристско-рекреационной сферы в регионе и составлении рекомендаций по её оптимизации.

Территория рассматриваемого региона расположена на севере озера Ладога, входит в водосборный бассейн Балтийского моря, административно принадлежит территории Республики Карелия и частично северной части Ленинградской области (Приозерский район).

Здесь проходят границы между двумя крупными физико-географическими странами: Фенноскандией и Русской равниной, природными подзонами средней и южной тайги, здесь же расположено крупнейшее озеро Европы – Ладога с уникальными ландшафтами шхер.

В Приладожье сохранилось культурное наследие разных народов: карел, финнов, русских. В обширных лесных массивах современной Финляндии и Республики Карелия добывалась пушнина, которая в дальнейшем по водным путям доставлялась на территорию Древней Руси и дальше по пути «из варяг в греки» [4].

К современной развитой форме природопользования можно отнести лесозаготовки. Наиболее конфликтная форма природопользования – горнопромышленная. Разработка гранитных карьеров производится преимущественно взрывным способом, который вызывает негативные экологические последствия (сейсмволны, пылевые выбросы и др.). Еще одна распространенная в последние годы форма природопользования – массовое дачное строительство, как в пределах дачных поселков, так и в собственно пустующих населенных пунктах. Дачная застройка снижает возможности развития социально значимой рекреации и туризма в регионе – теряются земли, ценные для развития туризма.

Высокая степень мозаичности ландшафта, обусловленная как природными, так и антропогенными факторами, обуславливает высокие эстетические качества ландшафтов. Основными туристскими аттракциями региона являются: природные ландшафты Приладожья, включая архипелаг ладожских шхер; архитектурные, историко-культурные и археологические памятники, включая природно-культурный комплекс Валаамского монастыря; музеи; возможность использования природных объектов в спортивном туризме, включая порожистые реки (Тохмайоки, Янисйоки, Кулисмйоки, Кийринйоки); объекты научного и познавательного туризма, включая горный парк «Рускеала».

Пересеченный рельеф территории и многочисленные достопримечательные объекты способствуют развитию следующих видов туризма: экологического, водно-спортивного, культурно-исторического и паломнического.

Территория Северного Приладожья концентрирует более полумиллиона человек в год [3].

Особо охраняемые природные территории северо-западного Приладожья важны не только как способ охраны природы региона (сельгово-ложбинного и шхерного ландшафтов), поскольку они охраняют экосистемы крупнейшей в Европе водной системы: Онежское озеро – Ладожское озеро – р.Свирь – р.Нева – р.Вуокса – часть Финского залива Балтийского моря [1]. В качестве единых они могут рассматриваться, например, с точки зрения сохранения миграционных стоянок птиц, следующих Беломоро-Балтийским миграционным путем.

Наиболее значимая особо охраняемая природная территория – это национальный парк «Ладожские шхеры», приказ о создании которого был подписан в декабре 2017 г. Высокая рекреационная ценность территории, а также не менее высокое антропогенное воздействие на нее туристов, дачников, местных жителей, лесопромышленников и горнодобывающих компаний обусловило необходимость создания этого парка.

Территория Северной Вуоксы – район, наиболее интенсивно используемый жителями Санкт-Петербурга для отдыха в выходные и отпускные дни. При этом требуется серьезная работа по оценке антропогенного воздействия на эту территорию. Именно поэтому инициаторами проекта создания национального парка «Северная Вуокса» выступили представители малого бизнеса Мельниковского поселения Приозерского района Ленинградской области и ученые Биологического института РАН.

Одна из наиболее посещаемых достопримечательностей региона, не связанная с системой ООПТ, – это горный парк «Рускеала» – редкий пример созданного нового туристского объекта в новейшей истории России. Этот всесезонный объект, число посещений которого составляет более 300 тыс. чел в год, представляет собой обустроенные, заброшенные штольни по добыче мрамора. В настоящее время он становится своеобразным центром развития туризма и туристской инфраструктуры в Сортавальском районе Республики Карелия. Одна из причин успеха этого проекта – комплексное и поэтапное освоение территории, проводимое совместно с учеными и природоохранными организациями.

Существуют интересные проекты развития соседних с проектируемым национальным парком «Ладожские шхеры» территорий. Например, РОО «Центр экологических инициатив «Нево-Эковиль» (г.Сортавала), на базе одноименного экопоселения, предлагает многофункциональный проект создания территории устойчивого развития «Приладожье-1».

В качестве целей этого проекта рассматриваются:

- создание модели нового качества жизни;
- формирование новых возможностей социально-экономического развития на основе нового комплексного культурно-эколого-промышленного уклада;
- снижение бедности сельского населения;
- реализация механизмов самоуправления сельских территорий.

Комплексное решение региональных проблем связано с реализацией взаимосвязанных и взаимоподдерживающих проектов:

- центр экологического туризма «Земноморье»;
- эколого-биологический научно-образовательный проект «Материнский сад»;
- производственный культурно-образовательный центр «Деревня мастеров».

В рамках функционирования Центра экологического туризма предлагается целый спектр разнообразных экотуристских продуктов: образовательных, событийных, спортивных, духовных и бытовых.

По мнению авторов проекта, экологический туризм стимулирует развитие строительного сектора, мелкотоварного сельскохозяйственного производства, кустарно-

ремесленных промыслов, социальных, научных, природоохранных и культурных проектов. Привлечение туристов позволит не только проводить сбыт продукции, но и осуществлять экопросветительскую деятельность.

Список использованных источников и литературы

1. Ковалев Д.Н., Носков Г.А. и др. Концепция формирования региональных систем особо охраняемых природных территорий (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) // Междисциплинарный научный и прикладной журнал «Биосфера» 2012, т.4, №4 с.65-100

2. Коростелев Е.М., Зелюткина Л.О., Севастьянов Д.В. Древние Волоки - Уникальные Памятники Освоения Севера. Природа. 2014. № 4 (1184). С. 29-37.

3. Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации стратегии Республики Карелии/Институт экономики КарНЦ РАН, Под общей ред. Ю.В. Савельева, О.В. Толстогузова. – Петрозаводск, 2008

4. Севастьянов Д.В., Коростелев Е.М., Мулява О.Д., Шитова Л.Ф., Колперт А., Лахтиньяки М. Приграничное рекреационное природопользование в северо-западном регионе РФ как фактор устойчивого территориального развития. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 7. Геология. География. 2013. № 2. С. 119-128.

О НЕОБХОДИМОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОБОСНОВАНИЯ НОВОГО ВИДА ТУРИЗМА – ТАЙПТУРИЗМА (ТУР-ТАЙПИНГА)

Иванов А.В., Творческая мастерская «ПЛЮТ», г. Томск

В статье даётся авторское определение нового вида туризма – тайптуризма (тур-тайпинга). Уверенное формирование тайптуризма, его самодостаточность и перспективность исследуется на примере города Томска.

Ключевые слова: новый вид туризма, типографика, графический дизайн, творчество, международный фестиваль «Типомания», самая большая стрит-азбука, Томск

ABOUT NEED OF DEFINITION AND JUSTIFICATION OF A NEW KIND OF TOURISM: TYPE TOURISM (TOUR-TYPING)

Ivanov A.V., Creative workshop «RAFT», Tomsk

The article gives the author's definition of a new kind of tourism – type tourism (tour-typing). Sure the formation of type tourism, his self-sufficiency and the prospect is researched on the example of the city of Tomsk.

Key words: a new kind of tourism, typography, graphic design, creativity, international festival «Typomania», the biggest street alphabet book, Tomsk

Классификация видов туризма помогает более досконально изучить развитие туризма, его видоизменения и основные тенденции. Классификация туризма имеет большое научное и практическое значение. Она позволяет упорядочить знание и глубже познать сущность мирового туристического обмена. С изменением требований, предлагаемых к объёму и качеству туристских услуг, и появлением новых видов и форм туристской деятельности она постоянно находится в процессе усовершенствования и не может считаться окончательной [1].

Туризм – сложное и многоплановое понятие. Очень сложно выделить формы и виды туризма в их чистом виде, поэтому, в целях «прописки» нового в квалификационное пространство, в рамках статьи, автор предлагает всё видовое разнообразие туризма условно разделить на два кластера: традиционно-специальное и креативное (созидательное). К традиционно-специальному кластеру, будем относить такие виды туризма, где практически отсутствуют элементы созидания. Это такие, давно сложившиеся и устоявшиеся виды туризма, как познавательный, оздоровительный, спортивный, событийный и другие. Если в программе турпоездки заложены или состоялись созидательные мероприятия, где туристы принимали активное участие (в качестве соавторов, соучастников), то будем рассматривать это как кластер креативного (созидательного) туризма.

В стиле креативного туризма меньше всего пассивного отдыха; больше сделать нечто материальное «своими руками»; применить свою творческую инициативу (обновить, возвести и т. п.); туристу предоставляется эксклюзивная возможность «оставить свой след» в культурном облике той местности, где он «остановился на ночлег». Он смело может считать себя креатуристом! Северчанин (так называют себя жители города Северск) стал именовать себя «тайптуристом» (тайпдайвером) после того, как стал участником воркшопа (созидательной акции), где возводился тайп-арт-объект. Северчанин попав под влияние тайп-турдвижения, совершил поездку в Томск, чтобы принять участие в международном фестивале «Типомания» (по форме это типичный событийный туризм, но по содержанию это направление креативного туристского кластера, с акцентом на тайптуризм (тур-тайпинг)).

Мысль – Понятие – Термин. Лексическую основу терминологического аппарата нового понятия «тайптуризм» составляет английское слово «type», что переводится как «литера»; «шрифт». Отсюда и происходит название нового вида туризма – тайптуризм, где первая составляющая этого слова-термина звучит на английский манер и лексически значит «литера»; «шрифт»; вторая составляющая слова-термина это «туризм». Также у слова тайптуризм есть синоним – «тур-тайпинг».

Участники тревелпроцесса через тайптуризм именуют себя как тайптуристы. Участники «солидарного творчества»: воркшопов, арт-дизайн-акций и т. п. носят почетное имя тайпдайвер.

Тайп-арт-объект – арт-объект, связанный отношениями и связями с типографикой, графическим дизайном и т. п.

В направлении созидательного туризма тайптуризм пока занимает исключительное место, принимая эксклюзивный статус и, естественно, не претендует на массовость – в настоящем, менталитет современного туриста во многом сформирован традиционными видами туризма (туристский опыт человечества невелик). Настроен турист исключительно только на потребление. Включение в программу турпоездки мероприятий, связанных с созданием чего-либо, где туристы принимают активное участие (в качестве соавторов или соучастников) для многих туристов является диковинкой, если не абсурдом. Тайптуризм это вид туризма, где изначально заложена позитивная провокация на актив и созидание: к примеру, путешественник может принять участие в создании интересного арт-объекта (представитель «солидарного творчества» вручает необходимый инструмент туристу и приглашает его (туриста) сделать сообщая что-нибудь интересное, полезное и красивое); турист становится участником акции, посвященной преобразованию той местности, где он путешествует. И таким образом, туристу предоставляется эксклюзивная возможность «внести свою лепту» в культурную сущность того места, где он «остановился на ночлег».

Тайп-турдвижению быть. Второй год подряд (2018-2019) Томск принимает у себя международный фестиваль «Типомания»: в апреле-мае 2019 года состоялась выставка «Восток-Запад» (East West Post); был лекторий и мастер-классы. Во второй декаде апреля 2019 года был организован воркшоп, которым руководил куратор фестиваля «Типомания» Александр Васин. В результате дизайн-акции «Томская азбука 2.0» был создан масштабный тайп-арт-объект: самая большая в России стрит-азбука. Так, в знаковом месте Томска благодаря усилиям томских тайпдайверов, сотрудниками и студентами кафедры дизайна

ИИК НИ ТГУ, в городе появилась туристская достопримечательность не только всероссийского, но и мирового масштаба.

Перспективная часть. Сегодня (2019 год) пространственной основой тайптуризма является, по мнению автора, география простираения международного тайп-турдвижения, где не последняя роль отводится международному фестивалю «Типомания». Горизонт географии «Типомании» с каждым годом стремительно расширяется (уже полностью охвачена Евразия; фестиваль ступил на американский континент).

Таким образом:

- в научный оборот вводится такое понятие, как «тайптуризм» (тур-тайпинг);
- стремительно «обновляющийся» мир требует всё упорядочить и «подписать», и как следствие: в статье даётся обоснование и «название» нового вида туризма;
- разработан терминологический аппарат тайптуризма (рабочий вариант);
- на примере города Томска показано уверенное и верное формирование тайптуризма, которое является первоосновой тайп-турдвижения;
- город Томск становится точкой притяжения на мировой карте тайптуризма: плодотворная деятельность международного фестиваля «Типомания» в Томске апрель-май 2019 года;
- создание в городе масштабного тайп-арт-объекта уровня Евразии – «Томская азбука 2019».

Список использованных источников и литературы

1. Классификация видов туризма [Электронный ресурс]. URL: <https://works.doklad.ru/view/dYM-BD9VdO> (дата обращения: 07.09.2019).

МАРКЕТИНГ ТУРИЗМА В ПРАКТИКЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ

*Киселева А.М., Гокова О.В., Омский государственный университет
им. Ф.М. Достоевского, г. Омск*

В статье обоснована необходимость применения маркетинговых стратегий в практике функционирования туристической отрасли и ее прикладное отражение в кластерной политике региональных органов власти. Взаимосвязь маркетинга туристической отрасли кластерными инициативами позволяет повысить эффективность данной сферы в рыночных условиях.

Ключевые слова: маркетинг туризма, кластерная политика, маркетинговые стратегии, инвестиционный потенциал, туристическая отрасль

TOURISM MARKETING IN THE PRACTICE OF REGIONAL CLUSTER POLICY

Kiseleva A.M., Gokova O.V., Dostoevsky Omsk State University, Omsk

The article demonstrates the need for applying marketing strategies in practice of tourism industry performance and its applications in cluster policy of the regional authorities. The link between marketing of tourism industry and cluster initiatives makes it possible to increase the effectiveness of this sector under market conditions.

Key words: tourism marketing, cluster policy, marketing strategies, investment potential, tourism industry

В России туристическая отрасль представляет обязательное направление территориального планирования и является особой формой освоения территории, поэтому разработка комплексных маркетинговых стратегий, обусловленных территорией проживания местных сообществ, является одним из аспектов территориального управления. Туристская отрасль участвует в формировании территориальных бюджетов и предпринимательской среды.

Маркетинг территории, представляя собой важный элемент стратегического территориального управления, обусловленный влиянием инвестиционных потребностей, позволяет формировать субъектно-объектную позицию органов власти субъекта РФ по вопросам улучшения инвестиционного имиджа региона. Одним из видов маркетинга территории является маркетинг туризма, суть которого заключается в увеличении количества рабочих мест и стимулировании развития самых разных отраслей в сфере услуг: от гостиничного бизнеса до транспортной инфраструктуры и индустрии развлечений [1, с. 23].

Комплексные маркетинговые стратегии способствуют оценке и применению на практике конкурентных преимуществ организаций туристической отрасли в рамках сложившихся особенностей территории и ее потенциала. В современных экономических условиях ограниченности и недостаточности ресурсов у органов власти регионов возникает потребность в кластеризации туристической отрасли для извлечения выгоды на основе близкого расположения субъектов хозяйствования, привлекаемых к туристическому бизнесу. Сфера услуг является достаточно уязвимым направлением в практике кластерных инициатив и маркетинговые механизмы позволяют комплексно подойти к исследованию конкурентных позиций территории. При принятии решения о формировании региональной кластерной политики, органы власти субъекта РФ преследуют цель оптимального учёта географического положения региона, эффективного использования потенциала территории и общества, включая материально-технические и имущественные, финансовые и экономические, кадровые и интеллектуальные, информационные и нормативно-правовые ресурсы [3, с. 185].

Развитие туристической индустрии в России свидетельствует об имеющихся в ней многочисленных проблемах. Одно из объективных противоречий заключается в отсутствии на уровне локальных территорий комплексной маркетинговой стратегии, позволяющей концентрировать ресурсные усилия на организациях, определенным образом связанных с туристическим бизнесом, и предусматривающей развитие и продвижение отечественного туристического продукта. Меры по повышению конкурентных позиций территории через реализацию кластерных инициатив являются одним из важных стратегических инструментов маркетинга туризма. Особенно это имеет значение для тех субъектов РФ, которые обладают необходимыми характеристиками для оформления кластерных проектов в развлекательном туризме. В то же время в кластерной политике любых регионов для анализа и оценки инвестиционной привлекательности территории и её конкурентных преимуществ находит своё воплощение деловой туризм.

Аналитическая деятельность органов власти региона влечёт за собой необходимость проведения регулярного мониторинга социально-экономического положения территории, который должен обеспечивать информационное сопровождение разработки маркетинговой программы повышения конкурентоспособности территории в туристической практике. При этом следует учитывать сложившуюся в регионе систему стратегического территориального управления, условия нестабильности и неопределённости факторов влияния внешней среды. Оценке туристического потенциала территории подлежат и элементы её привлекательности, такие как социально-экономическое и географическое положение, природно-климатическая характеристика, предпринимательская среда, архитектурно-строительный и ландшафтный облик городов, уровень рациональности планировки, транспортная, информационная, развлекательно-досуговая инфраструктура, продукция местных организаций и предприятий и т.д.

Соответственно, учёт особенностей территории будет накладывать отпечаток на формирование маркетинговых программ и кластерных инициатив в туристической сфере. Для отдельных регионов акцент может быть сделан на экономику и географию территории, природно-рекреационную и климатическую специфику, историю и архитектуру, уникальные достопримечательности, организацию отдыха и развлечений и т.д. Например, в Архангельской, Мурманской области, Краснодарском крае и Крыму, республиках Карелия, Тыва, Саха (Якутия) имеет место культурно-познавательный туризм; в Краснодарском и Алтайском краях, Республике Бурятия и Ставропольском крае, Читинской и Калининградской областях – лечебно-оздоровительный туризм; в Республике Саха (Якутия), Приморском, Хабаровском, Камчатском и Красноярском краях, Иркутской области и Республике Бурятия, Ханты-Мансийском автономном округе распространён экологический туризм; в Архангельской области и Республике Карелия – паломничество; в Ханты-Мансийском, Чукотском, Ямало-Ненецком автономных округах – этнографический туризм; в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодарском крае, Свердловской и Новосибирской области – деловой туризм и т.д. [6].

Оценку российского туристического потенциала отражает ежегодный доклад Всемирного экономического форума в сфере туризма и путешествий «Конкурентоспособность туризма и путешествий» (The Travel & Tourism Competitiveness, Report 2017). По данным 2017 года доля туризма в ВВП России составила 5,7%; общий индекс конкурентоспособности в сфере туризма 4,15 (Россия на 41 месте из 134 стран); индекс бизнес-среды – 4,09; индекс ценовой конкуренции – 5,75; индекс безопасности – 4,31; индекс здоровья и гигиены – 6,70; оборот в туристической сфере за год составил 11759 млн. \$; количество туристов за год – 29848 тыс. чел. [5].

Прикладное применение маркетинговых инструментов в рамках региональной кластерной политики требует первоочередного определения тематики кластеров региона (в случае использования механизма делового туризма), включая учёт потенциала общей туристической отрасли (в случае разработки развлекательного туристического направления). Это обусловлено пониманием того, что туристическая индустрия является одним из отраслевых лидеров по уровню мультипликативного влияния на экономическое развитие территорий: во многих ведущих экономиках мира туризм занимает одну из ключевых, бюджетообразующих позиций. В качестве примера применения маркетинговых инструментов, хотя их назначение достаточно узкое, можно привести услуги маркетинговых исследований, по разработке и продвижению зонтичных брендов региональных кластеров, по брендингу, позиционированию и продвижению новых продуктов (услуг) предприятий малого и среднего бизнеса, предлагаемые участникам туристско-рекреационного кластера в Центре кластерного развития Мурманской области [7].

В настоящее время регионы не только разрабатывают в рамках планов социально-экономического развития своих территорий направления делового и развлекательного туризма, но все больше иницируют и поддерживают кластеры туристического направления. Разработанные и введённые в настоящее время туристические кластеры представлены в таблице 1.

Некоторые туристические кластеры имеют сопутствующие специализации, позволяющие использовать возможности базовой специализации в практике этих направлений. Например, туристический кластер Смоленской области в качестве сопутствующих специализаций определил образовательные услуги, производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий, транспорт и логистику. Туристическо-рекреационный кластер Мурманской области выделяет в поддержку ключевой специализации следующие направления: бизнес-услуги, защиту окружающей среды и переработка отходов, здравоохранение и предоставление социальных услуг, производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий, сельское хозяйство и рыболовство, строительство, городское хозяйство, архитектуру и технические испытания, транспорт и логистику.

Таблица 1 – Современные туристические кластеры в России [6]

Кластер/регион	Год создания	Число участников
Кластер туристической отрасли Ростовской области	2017	10
Туристский кластер Вологодской области	2014	32
Туристский кластер Новгородской области	2014	27
Туристский кластер Орловской области	2016	21
Туристский кластер Смоленской области	2017	13
Туристско-рекреационный кластер «Северная мозаика», Республика Саха (Якутия)	2011	11
Туристско-рекреационный кластер «Рязанский», Рязанская область	2011	12
Туристско-рекреационный кластер Мурманской области	2015	12

При формировании туристического кластера органы власти должны принимать во внимание унифицированные требования маркетинга туризма, которые определённым образом оказывают воздействие на эффективность развития туристической отрасли, дополнив их соответствующими инфраструктурными объектами. Данные требования включают в себя [8, с. 23]: природно-рекреационную и климатическую привлекательность территории; культурно-исторические ресурсы территории и её архитектура; качественный стандарт отелей и средств размещения туристов, организация питания и всей сферы услуг и досуга, соответствие мировым стандартам имеющейся в районе туристской инфраструктуры, наличие и разнообразие экскурсионных и культурно-развлекательных программ; оперативную транспортную и информационную доступность к достопримечательностям и местам делового интереса; политическую стабильность в регионе и гарантию личной безопасности; международную известность и престиж места (имидж территории).

Актуальность и целесообразность применения маркетинговых стратегических исследований в туристической отрасли нашла своё выражение в сводном плане инвестиционного проекта по созданию туристского кластера, введённого Федеральным агентством по туризму в Методические рекомендации по составлению сводного плана инвестиционного проекта по созданию туристского кластера в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» [4]. Документ определяет, что при разработке такого инвестиционного проекта необходимо проводить маркетинг-анализ, подготавливать концепцию и определять прогнозные количественные показатели результатов реализации проекта, составлять план создания туристского кластера и осуществлять финансово-экономическое обоснование проекта. При таком системном подходе маркетинг туризма будет способствовать позиционированию и продвижению услуг, производимых туристическими кластерами внутри региона и за его пределами, а также самих туристических кластеров на межтерриториальном и общегосударственном пространстве.

Подводя итоги, следует подчеркнуть особый системный характер туристской отрасли, который заключается в сложности и большом количестве взаимосвязей элементов и подсистем, деятельность которых направлена на достижение общей цели. В этом случае внедрение маркетинга туризма в кластерную политику региональных органов власти является целесообразным и отвечает современным рыночным трендам.

Список использованных источников и литературы

1. Визгалов Д.В. Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. – 110 с.
2. Карта кластеров России [Электронный ресурс]. URL: <http://map.cluster.hse.ru/list> (дата обращения: 14.03.2019).

3. Киселёва А.М. Маркетинг территорий кластерного развития: региональный аспект // Вестник Омского университета, 2017, №3. – С. 184-191.

4. Методические рекомендации по составлению сводного плана инвестиционного проекта по созданию туристского кластера в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» [Электронный ресурс]. URL: https://www.russiatourism.ru/urgent/15561/?sphrase_id=462797 (дата обращения: 14.03.2019).

5. Статистика туризма и обзор стран мира [Электронный ресурс]. URL: <http://stattur.ru/statistics.php> (дата обращения: 12.03.2019).

6. Туризм в России [Электронный ресурс]. URL: <http://sokolov33.ru/index.php/vidy-turizma> (дата обращения: 12.03.2019).

7. Центр кластерного развития Мурманской области [Электронный ресурс]. URL: <http://murmanccluster.ru/service> (дата обращения: 14.03.2019).

8. Kiseleva A.M. Marketing strategy of the territory in the investment policy of the city // Strategic Management: International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management. 2017, Vol 22, No.1, p. 22-29.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-010-00436.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ СВЯЗИ РОССИИ И КИТАЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Комарова Л.К., Феденева И.Н., Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирской государственной университет экономики и управления, г. Новосибирск

Проанализировано современное состояние международного туризма между Китаем и Россией, в частности, Сибирским регионом. Выявлены основные направления сотрудничества в области туризма между двумя государствами и продемонстрированы возможные перспективы его развития на основе формата безвизового группового туристического обмена.

Ключевые слова: взаимоотношения Китая и Российской Федерации, въездной и выездной туризм

TOURIST COMMUNICATIONS OF RUSSIA AND CHINA: PROSPECTS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

Komarova L.K., Fedeneva I.N., Siberian Transport University, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk

The current state of the international tourism between China and Russia, in particular, Siberian region, is analyzed. The main directions of cooperation in tourism between two countries are revealed and the possible prospects of its development based on visa-free group tourist exchange format are shown.

Key words: relationship of China and Russian Federation, entrance and outbound tourism

В настоящее время сфера туризма играет важную роль как в мировой экономике, так и в отдельно взятом регионе. Под её влиянием произошло интегрирование ряда отраслей в единый экономический комплекс по оказанию туристских услуг. В рамках реализации

национального проекта «Международная кооперация и экспорт» предусматриваются меры по поддержке въездного туризма. Вопрос о том, как повысить экономическую отдачу от въездного туризма, на каких рынках фокусироваться, какие меры помогут стимулировать приток иностранных туристов в российские регионы. Эти и другие вопросы экспорта туристических услуг обсудили участники секции «Туризм» в рамках Санкт-Петербургского международного культурного форума-2018. Согласно целям проекта, объем рынка въездного туризма должен увеличиться к 2024 году почти в 2 раза по сравнению с 2017 г. и составить 15,5 млрд долларов (почти шестая часть всего российского экспорта услуг) [1].

Сотрудничество в сфере туризма с Китайской Народной Республикой на сегодняшний день является одним из наиболее перспективных направлений для России. Современные отношения между Россией и Китаем имеют давнюю и богатую историю, в которой политика и экономика тесно переплелись друг с другом. Азиатское направление традиционно было одним из ключевых во внешней политике России. Говоря об экономическом сотрудничестве двух стран, следует отметить, что актуальность вопроса о туристических связях России с Китаем в XXI в. обусловлена географическим положением и исторически сложившейся ситуацией.

Сфера туризма является одним из главных направлений взаимодействия России и Китая. В настоящее время Китай занимает второе место по количеству туристов, въезжающих в Россию, а Россия находится на третьем месте по числу прибывающих туристов в Китай. Энергичное развитие туристических обменов способствует укреплению культурных связей, росту взаимопонимания и сближению народов двух стран. В 1993 г. Россия и Китай подписали Соглашение о сотрудничестве в области туризма, и на сегодняшний день существует развитая нормативно-правовая база сотрудничества двух стран в сфере туризма. Оба государства проявляют заинтересованность в облегчении групповых туристических поездок, осознавая, что последние способствуют укреплению дружбы между народами. Для обеспечения полноценного сотрудничества проводятся форумы по подготовке кадров в сфере туризма, организуются языковые курсы, расширяется инвестиционное и региональное сотрудничество, принимаются меры по обеспечению безопасности туристов двух стран.

В целях углубления взаимопонимания, роста доверия между народами стороны пришли к соглашению и провели годы российского туризма в Китае и китайского туризма в России соответственно в 2012 и 2013 гг. Эти мероприятия привлекли внимание большого числа людей, способствовали традиционной дружбе между людьми и углубили взаимодействие, обмен и сотрудничество индустрии туризма. Начиная с 2013 г. Россия разрабатывает и организывает серию маршрутов «красного туризма», ориентированных на китайцев [2].

Постоянному росту турпотока из КНР помогает безвизовый групповой обмен в рамках Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февраля 2000 г. [3]. Соглашение подписано для облегчения совершения групповых туристических поездок граждан двух государств, во имя развития обменов и сотрудничества между двумя государствами в области туризма.

В соответствии с Соглашением туристической группой считается группа граждан одного государства в составе не менее 5 человек и не более 50 человек во главе с представителем направляющей туристической организации, совершающих поездку на территорию другого государства с туристическими целями. Причём не разрешается в состав одной группы включать туристов, следующих и в визовом, и в безвизовом порядке. Срок безвизового пребывания туристической группы на территории другого государства не должен превышать 15 дней [4]. За выполнение положений Соглашения в России отвечает Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) и уполномоченные им органы исполнительной власти субъектов РФ; в КНР – Государственная администрация по туризму Китайской Народной Республики и уполномоченные ею административные органы

управления туризмом народных правительств провинций, автономных районов и городов центрального подчинения.

Поток китайских туристов в РФ постоянно увеличивается. В течение последних лет безвизовый турпоток из Китая вырос: с 372 тысяч в 2013 г. до 1062 тысячи в 2018 г. (по данным ассоциации «Мир без границ») [5]. В настоящее время именно Китай занимает лидирующие позиции по объемам въездного турпотока в нашу страну. Граждане КНР заняли в 2018 г. первое место по количеству въездных туристических поездок в Россию (2030 тыс. поездок), значительно опередив Финляндию (999 тыс. поездок), Польшу (728 тыс. поездок) и Германию (701 тыс. поездок) [5].

В 2018 г. в Ростуризме состоялось совещание по вопросам развития российско-китайского туристического обмена, приуроченное к подготовке нового Соглашения между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристических поездках. Согласно проекту нового Соглашения, минимальное число участников группы может составлять 3 человека, а срок пребывания увеличится до 21 суток. Кроме того, документ предусматривает введение электронного документооборота, а также определяет порядок действий при чрезвычайных ситуациях. Пропуск туристических групп через государственную границу предполагается осуществлять на основании сверки данных проездных документов со списками подтверждения в электронной системе. Как видно, принципиальные отличия нового соглашения обусловлены научно-техническими изменениями, происходящими в туротрасли [6].

На территории Новосибирской области органом, осуществляющим координацию в рамках Соглашения о безвизовых групповых туристических поездках, является Администрация губернатора Новосибирской области и Правительство Новосибирской области. В настоящее время в области организацией безвизовых групповых туристических поездок граждан России и Китая занимаются 14 турфирм [4]. Давно и успешно работают на новосибирском туристическом рынке такие компании, как Туристическая компания «Олимпия-Райзен-Сибирь», Турфирма «СКАТТ», Турбюро «Новосибирск», Туристическое агентство «Глобус-Тур», Международный центр «Сибирь» и др. В своей стратегии они придерживаются следующих основных положений, позволяющих им сохранять лидирующие позиции: предоставлять максимально качественные и профессиональные услуги клиентам; выполнять все обязательства перед клиентами и партнёрами; учитывать пожелания клиентов при разработке новых туристических продуктов.

14 июня 2018 г. в Новосибирском международном аэропорту «Толмачево» состоялась пресс-конференция, посвящённая вступлению авиапредприятия в программу лояльности китайским туристам «China Friendly». «Толмачево» стал вторым российским аэропортом после «Шереметьево» и одним из шести объектов туристской инфраструктуры Новосибирска, принявшим стандарты программы, разработанной ассоциацией «Мир без границ» [7].

Таким образом, Россия укрепляет в Китае свои позиции в качестве важного туристского направления, чему способствует создание комфортных условий для китайских туристов через внедрение программы «China Friendly» («Дружественный Китаю»), реализация межрегиональных проектов, таких, как «Красный маршрут», «Великий шелковый путь», продвижение российского туристского потенциала на крупнейших выставках, в рамках рoad-шоу, пресс-туров и других мероприятий. Значимым событием для развития российско-китайского туристского обмена стало проведение в России Чемпионата мира по футболу FIFA-2018. Кроме того, китайская сторона выступила в 2018 г. с предложением вернуться к проведению мероприятий, связанных с взаимодействием профильных ВУЗов двух стран в области подготовки и повышения квалификации кадров для сферы туризма.

В свою очередь Китай предлагает новые направления, привлекающие российских туристов. К ним можно отнести, кроме уже традиционного экскурсионного и пляжного отдыха, событийный и деловой туризм – участие в различных мероприятиях и фестивалях,

например, в фестивале «Льда и снега» в Харбине, в различных международных выставках, конференциях и форумах в Шанхае и т.д.

Успешное сотрудничество туристских ведомств, ассоциаций, предприятий туристской индустрии и туроператоров, а также профильных учебных заведений двух стран и далее будет успешным в интересах развития гуманитарного сотрудничества между Россией и Китаем. Значимость туристических связей несомненна, поскольку именно туризм предоставляет возможность гражданам одной страны прикоснуться к культуре другого государства. Общая задача в связи с этим – донести до россиян и китайцев больше информации друг о друге, стимулировать взаимные туристические поездки в новые дестинации, дать возможность знакомиться с современной ситуацией в обеих странах.

Список использованных источников и литературы

1. Туризм приводят в соответствие с экономикой [Электронный ресурс]. URL: <http://pitert.ru/news/turizm-privodyat-sootvets> (дата обращения: 12.04.19).
2. Джанджугазова Е.А. Красный туризм в фокусе проблем развития российско-китайского экономического сотрудничества // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. Вып. 6. С. 6-14.
3. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках (заключено в г. Москве 29.02.2000) (ред. от 17.11.2006).
4. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения 12.04.2019).
5. Туристическая Ассоциация «Мир без границ». Статистика турпотоков [Электронный ресурс]. URL: <http://www.visit-russia.ru/> (дата обращения: 18.04.2019).
6. Соглашение о безвизовом обмене между РФ и Китаем: новая редакция - новые возможности [Электронный ресурс]. URL: <http://profi.travel/news/33843/details> (дата обращения: 18.04.2019).
7. «Толмачёво» стал первым региональным аэропортом, вступившим в China Friendly [Электронный ресурс]. URL: <https://econom.nso.ru/news/2067> (дата обращения: 18.04.2019).

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН)

Левочкина Н.А., Омский государственный университет, г. Омск

В статье рассматривается зарубежный опыт и существующие модели агротуризма, институциональная среда его развития. Целью написания статьи является выявление тенденций развития агротуризма, объект исследования – агротуризм как сектор современной туристической индустрии. Показатель развития потенциала демонстрирует, что более половины ландшафтно-географических и климатических ресурсов зарубежных стран могут быть использованы для развития самых различных туристских направлений с учетом потребностей туристов.

Ключевые слова: институциональная среда, модели агротуризма, зарубежный опыт

THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM (ON THE EXAMPLE OF FOREIGN COUNTRIES)

Levochkina N.A., Omsk state university, Omsk

The article considers foreign experience and existing models of agro-tourism, institutional environment of development of rural tourism in these countries. The purpose of the article is to identify trends in the development of agritourism, the object of study – agritourism as a sector of modern tourism industry. An indicator of the development potential shows that more than half of the landscape-geographical and climatic resources of foreign countries can be used for development of various tourism destinations tailored to the needs of tourists.

Key words: institutional environment, models of rural tourism and foreign experience

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что сельский туризм является одним из направлений развития внутреннего и въездного туризма [1], это относительно новое и перспективное направление. Развитие туризма на сельских территориях является социально значимым видом предпринимательской деятельности, который способствует устойчивому развитию сельских территорий: развитию инфраструктуры, улучшению качества жизни, увеличению доходов местного населения, созданию рабочих мест, поддержке и сохранению традиций и культуры, сохранению экологии.

Следует отметить, сельский туризм может эффективно развиваться и функционировать не везде, а лишь в регионах, не охваченных деятельностью, которая загрязняет окружающую среду, на таких территориях как села и деревни, малые города с характерной традиционной архитектурой, бытом, культурой, сельскохозяйственные фермы, лесной фонд, природные парки и специфические охраняемые территории, зоны отдыха и дачные зоны, природные феномены, монастыри и священные места, достопримечательности народной культуры под открытым небом [3]. Интерес к сельскому туризму в мире повсеместный. Хорошим примером развития сельского туризма могут служить такие страны как Италия, Франция, Голландия и Великобритания. В этих странах туристические поездки в сельскую местность занимают уже второе место после отдыха на море.

На сегодняшний день сложились 4 модели (западноевропейская, восточноевропейская, азиатская, англо-американская) и несколько национальных европейских моделей организации сельского туризма (табл.1): британская, французская, германская, итальянская, чешская, испанская, польская и латвийская модели [5].

Таблица 1 – Национальные европейские модели организации сельского туризма

Национально-европейские модели	Характерные черты
Британская модель	системы размещения, предусматривающие как контакт с семьей фермера, так и возможность самостоятельного обслуживания, а также, ввиду развитой культуры верховой езды, частые практики общение с животными, поездки. Британская модель включает элементы познавательного и экологического туризма.
Французская модель	включает разнообразные формы классического сельского туризма, изменяющиеся в зависимости от близости к морю. Также модель предполагает больший уклон в сторону гастрономического и винного туризма. Формы размещения туристов в меньшей степени предполагают проживание с фермером; туристы размещаются в коттеджах.
Немецкая модель	по сравнению с французской, очень характерно проживание и питание в доме фермера. Также сельский туризм тяготеет к фермерскому, к непосредственной работе в полях или в огороде. Событийный туризм тоже необходимо отнести, в рамках данной модели, к сельскому, виду частых поездок жителей в сельскую местность в период проведения фестивалей.

Национально-европейские модели	Характерные черты
Итальянская модель	Итальянская модель делится на три основных направления по специфике предоставления услуг. Это совмещения типичного отдыха в сельской местности с восстановлением здоровья (экотуризм), изучением гастрономии и продуктов местного производства, которые отличаются ввиду их территориальной расположенности, а также занятия спортом. Размещение туристов происходит в апартаментах и комнатах. Иногда встречаются палаточные городки.
Чешская модель	местность привлекает отдыхом в известных винодельческих регионах и регионах, граничащих с заповедными территориями. Для Чехии это сравнительно недавний вид отдыха в селе, поэтому предприниматели склонны рассматривать его как возможность диверсифицировать свой агробизнес. Самый распространенный вид туризма сочетает посещение конных ферм и погружение в аутентичный сельский образ жизни
Испанская модель	одна из самых наиболее развитых. Распространен отдых в деревне, отдых на ферме, знакомство с бытом, гастрономией, уход за животными
Польская модель	отличается четким разграничением хозяйств, принимающих туристов на те, для которых это единственный бизнес, и те, которые рассматривают туристическую деятельность как источник дополнительного дохода. Средства размещения разнятся в стоимости и качестве предоставляемых услуг
Латвийская модель	вид отдыха, который предполагает нахождение туриста в сельской местности с численностью местных жителей до 5000 или в поселении, и предоставлении ему персонализированных услуг, связанных с погружением в быт, образ жизни и традиции фермера. Особенность понимания сельского туризма в Латвии - он должен трудоустраивать и приносить доход тем людям, которые проживают непосредственно в той местности, куда приехали туристы. Это позволяет рассматривать латвийскую модель сельского туризма как инструмент развития территории, а не только как вид туризма. Проведение выездных мероприятий и прием массового туриста, согласно критериям латвийской модели, нельзя считать сельским туризмом. Поддерживается высокий уровень местной кооперации, сотрудничество для достижения общего эффекта, в том числе экономического

Исходя из характеристик мировых моделей сельского туризма, можно сделать вывод, что развитие туризма в сельских регионах – это инструмент перераспределительной модели для сокращения разрыва между наиболее отсталыми сельскими районами и другими отраслями экономики. Фактически во многих сельских регионах в Европе сельское хозяйство перестало быть самой важной формой использования земли и самой важной деятельностью сельской общины. Доля общин, работающих в сельскохозяйственном секторе в Греции, составляет 30 % от их общего количества, в Португалии – 24%, в Испании и Ирландии – 17%, в Италии – 12%, в Бельгии, Дании, Нидерландах и Великобритании – 7 % [4].

Следовательно, необходимо найти новые виды деятельности, которые бы заменили или дополнили сельскохозяйственную. Поиск подходов в решении этой задачи объясняет повышенную заинтересованность к сельскому туризму, что при быстром развитии может оживить много сельских регионов. Статистические исследования показывают, что 35 % горожан в ЕС отдают предпочтение отпуску в сельской местности. В Голландии их доля особенно высокая – 49 % [2]. Сельский туризм создает новые рабочие места и приносит реальный доход регионам – Италия в Европе занимает первое место по сельскому туризму, ее прибыль в среднем составляет 350 млн. долл. Сельский туризм также позволяет найти средства и способы для сохранения природы. Во многих странах развитие этого вида туризма стало главным направлением охраны и воссоздания национальных сельских ландшафтов – именно таким образом удалось сберечь прекрасные альпийские луга Швейцарии, мельницы и каналы Нидерландов, старые парки и виллы Италии. Сегодня ЕС на примере Италии видит в агротуризме путь спасения сельского хозяйства стран Западной Европы [6].

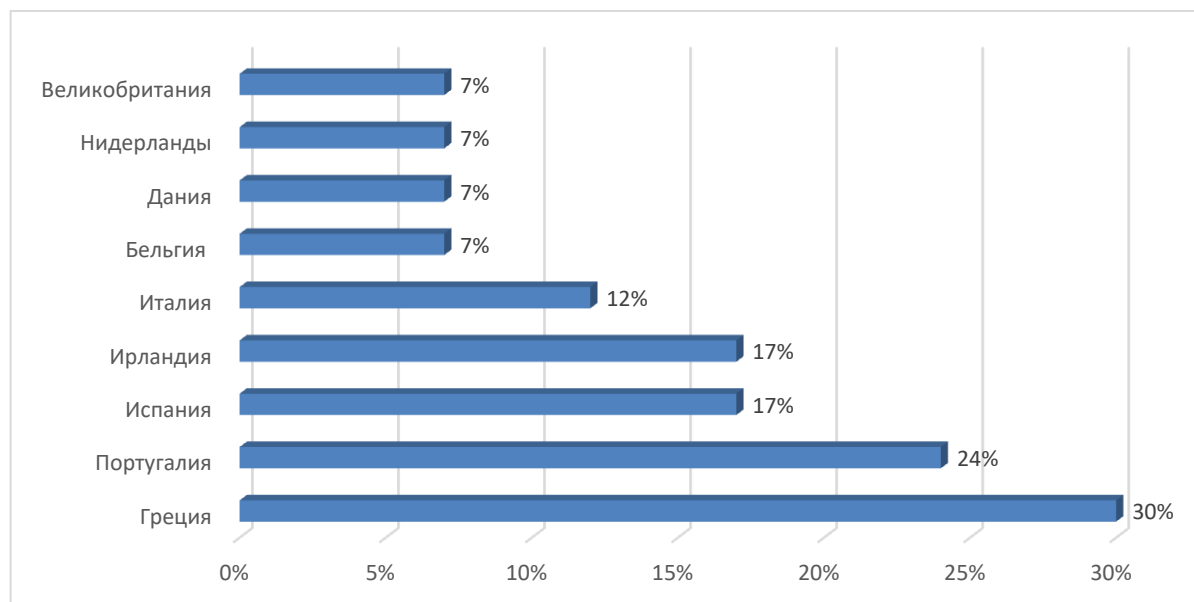


Рисунок 1 – Доля общин, работающих в сельском секторе в зарубежных странах

На Западе сформировались два вида сельского зеленого туризма – «смешанный» и «чистый». Первый опирается на крестьянские (фермерские) хозяйства, которые выращивают скот и овощи и дополнительно принимают туристов. Это дает приблизительно 25 % прибыли фермерской семье. Второй тесно связан с другими видами туризма, в первую очередь с рекреационным, культурным, специализированными видами туризма – лыжным, охотничьим, рыбацким, культовым и т.д. Все это позволяет включать сельский туризм в комбинированные туры, что преумножает спрос на традиционный туристический продукт.

В качестве факторов успеха агротуризма в Европе необходимо назвать прежде всего политическую поддержку агротуризма со стороны национальных государств и Евросоюза. Он изначально рассматривался в качестве социального амортизатора при реструктуризации аграрного сектора экономики, позволяя создавать новые рабочие места в сельской местности. В странах действуют специальные законы об агротуризме: «О регулировании имущественных отношений применительно к земле и иной сельскохозяйственной деятельности», «О собственности и использовании сельскохозяйственных земель», «Об адаптации сельского хозяйства», «О защите сельского хозяйства и лесных угодий», «О развитии аграрного туризма как сектора национальной экономики» [7, 8]; также действуют стандарты качества и специальные рекомендательные ориентиры, разработанные ЕСЕАТ (Европейский центр эко-агротуризма) и др.

Следует отметить, что развитие агротуризма необходимо осуществлять не только для расширения туристской индустрии, а прежде всего для укрепления и развития сельского хозяйства, экономики страны в целом. Лидером европейского сельского туризма признана Италия, получающая ежегодно прибыль от него примерно в размере 350 млн. долларов. В Швейцарии доходы от туризма составляют 15 млрд. долларов в год, из которых 10 млрд. долларов дают фермеры в горных местностях.

Список использованных источников и литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011–2018 годы» от 2 августа 2011 г. № 644 // Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL <http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140245/> (дата обращения: 17.10.2016).
2. Здоров А.Б. Организационно-экономические основы развития аграрного туризма М.: Экономика и управление народным хозяйством, 2012. С. 21-26.

3. Косинова Е.А., Агаларова Е.Г. Роль туризма в обеспечении устойчивого развития сельских территорий, 2013. – С. 31-48.

4. Уланов Д. А. Культурно-исторический потенциал страны как условие развития туризма// Сборник научных статей аспирантов, докторантов, молодых ученых «Актуальные проблемы технико-технологического и социально-экономического обеспечения сферы сервиса», 2012. – С. 38 - 45.

5. Деревенский туризм, аграрный туризм // [Электронный ресурс]. URL <http://www.kapitan.ru/smith-abt-all/renew040223/01.html> (дата обращения 16.10.2016)

6. Модели организации сельского туризма в странах Европы // [Электронный ресурс] URL <http://pandia.ru/text/77/150/8553.php>, (дата обращения: 16.10.2016)

7. Экономические аспекты развития агротуризма: опыт России и зарубежных стран // [Электронный ресурс] URL <http://www.eurasiafinace.ru/novosti-v-mire/804-ekonomicheskie-aspekty-razvitiya-agrotu-rizma-opyt-rossii-i-zarubezhnykh-stran.html> (дата обращения 16.10.2016)

8. Аграрное законодательство зарубежных стран// [Электронный ресурс]. URL <http://justicemaker.ru/view-article.php?id=6&art=3476> (дата обращения 07.11.2016).

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ПРИРОДНЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Макаренко Е.П., НИ Томский государственный университет, г. Томск

Существует множество методик оценки природных ресурсов для туристско-рекреационной деятельности. Все они, как правило, учитывают привлекательность и благоприятность ресурсов. Однако с каждым годом всё большее значение приобретает оценка экологического состояния и степени возможного антропогенного воздействия на природные ресурсы. В связи с этим, оценка природных туристско-рекреационных ресурсов должна сочетать в себе два вида: рекреационную и экологическую оценку.

Ключевые слова: туристско-рекреационные ресурсы, природные ресурсы, рекреационная оценка, экологическая оценка

ON THE ISSUE OF ASSESSMENT NATURAL TOURISM-RECREATIONAL RESOURCES

Makarenko E.P., NR Tomsk state university, Tomsk

There are many natural resources assessment techniques for tourism-recreational activities. All of them, as a rule, take into account the attractiveness and favorable resources. However, the environmental status assessment and the possible anthropogenic impact degree on natural resources are becoming increasingly important every year. In this regard, the natural tourism-recreational resources assessment should combine two types: recreational and environmental assessment.

Key words: tourism-recreational resources, natural resources, recreational assessment, ecological assessment

Развитие туристской индустрии требует наличия туристско-рекреационных и трудовых ресурсов, туристской инфраструктуры и рекреационной сети, а также определенных капиталовложений. В отличие от других отраслей экономики туристско-рекреационные ресурсы бывают природными и антропогенными (культурно-историческими). Существует множество комплексных методов оценки природных рекреационных ресурсов, включающих

оценку, как в целом ландшафтов, так и их отдельных компонентов (рельефа, водных и лесных ресурсов), местных климатических условий, территорий регламентированного рекреационного использования (охотничьих и рыболовных угодий, особо охраняемых природных территорий). При проведении исследования природных туристско-рекреационных ресурсов необходимо дать также оценку экологического состояния природной среды и рассчитать допустимую нагрузку на неё.

Ещё во времена СССР особое внимание уделялось оценке территорий для использования в санаторно-курортных целях, которой посвящены исследования Е.М. Байбаковой, Г.А. Невраева и А.А. Чубукова (1963), Е.М. Ильичевой (1963), Н.К. Калитина (1947), А. Мейер и В. Зейтц (1952), Г.А. Невраева, А.А. Чубукова и Е.П. Маслова (1966), Л.П. Парфенова (1948), А.Д. Слонима и Н.М. Воронина (1969), С.М. Чубинского (1969) и др. [4].

В. Стаускас (1969) одним из первых разработал критерии оценки ландшафта при планировке зон отдыха, которые учитывают природные и хозяйственные факторы (лес, реки, рельеф, дороги и др.) в их территориальном взаимосочетании и оцениваются по пятиступенчатой градации относительной ценности. В работе М.Г. Божко и др. (1969) [4] регионы для отдыха оцениваются по природным особенностям и направлению экономического развития территории.

Впервые методику бонитировки природных провинций СССР разработали Ю.А. Веденин и Н.Н. Мирошниченко (1969) [4] на основе материалов, опубликованных в Физико-географическом атласе мира, Климатическом атласе СССР, справочниках по климату СССР, сумме природных факторов, создающих предпосылки для организации крупных рекреационных районов.

В работе Л.И. Мухиной «Принципы и методы технологической оценки природных комплексов» (1973) [4] приводятся методические указания по получению рекреационной оценки. При этом в качестве исходного материала использованы характеристики, содержащие данные, необходимые для оценки природных комплексов.

Значительное число критериев при определении пригодности территории для отдыха и туризма использует З. Гюнтер: первый критерий – величина территории, второй – быстрая сменяемость ландшафтов в пределах одной рекреационной территории и третий – негативная нагрузка на зону отдыха (шум, пыль, запах и т.д.). Важное место в туристско-рекреационных зонах занимают также достопримечательности и памятники архитектуры, спортивные и культурно-бытовые учреждения [4]. Существует еще одна немецкая методика рекреационной оценки территории по квадратам площадью 16 км². В данном случае оценка может быть как комплексной (для рекреации в целом), так и дифференцированной (для определенных видов туризма) [1, 2].

В Нидерландах общая рекреационная оценка территории определяется путем суммирования качественных и количественных оценок, умноженных на значимость характеристики для определенного вида отдыха. Значимость характеристики для конкретного вида отдыха оценивается по шкале от 0 до 5 баллов, а ее качественное или количественное состояние – по шкале от 0 до 20 баллов [1, 2].

Наиболее сложной и субъективной является рекреационная оценка пейзажа, его экзотичности, эстетичности, аттрактивности. Англичане разработали систему, по которой характерные английские пейзажи оцениваются по 18-балльной системе, а наблюдающиеся в Гималаях на закате – по 32-балльной. Я. Варчинская [4] предлагает проводить оценку природных ресурсов для целей туризма и отдыха по модели, основанной на трансформации количественных данных с помощью выбранной математической функции. При этом учитывались основные ландшафтные характеристики: рельеф, гидрографическая сеть, растительность.

В. Рейнгард [4], рассмотревший более 20 методов рекреационной оценки ландшафта, пришел к выводу, что в основу этой оценки должны быть положены исследования различных видов емкости территории: технической или пропускной способности

(количества дорог, автостоянок, туристских троп и т.д.), экономической емкости, вытекающей из допустимой нагрузки на ландшафт, психологической емкости, определенной количеством посетителей, при котором не возникают помехи для нормального отдыха, и, наконец, финансовой емкости (имеются в виду финансовые возможности владельца территории).

Отечественными авторами был написан ряд работ по оценке пейзажного разнообразия природных комплексов. Для характеристики пейзажного разнообразия авторы использовали такие показатели, как расчлененность рельефа, соотношение залесенных и незалесенных территорий, морфографические характеристики комплексов, соотношение рельефа с силуэтом полого леса, число постепенных и контрастных переходов между природными комплексами.

Еще в 1975 г. Л.И. Мухина, Ю.А. Веденин, Н.А. Данилова, И.В. Зорин, рассматривая вопросы оценки рекреационной деятельности, выделяют три аспекта оценки природных рекреационных ресурсов: их функциональная пригодность для того или иного вида рекреационной деятельности (технологическая оценка); степень комфортности (физиологическая или медико-биологическая оценка); эстетические качества (психологическая оценка) [5].

Данные критерии оценки и по сей день являются основными, им придерживаются в своих работах Е.А. Котляров (География отдыха и туризма, 1978), Е.В. Колотова (Рекреационное ресурсоведение, 1999) и А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова (Рекреационная география, 2005). При этом принимается во внимание надежность природных комплексов, определяемая их устойчивостью к антропогенным нагрузкам и разнообразием [3, 4, 5]. Указанные выше факторы обуславливают различие критериев оценки (степени благоприятности) природных ресурсов для рекреационного освоения на разных территориях.

Природные рекреационные ресурсы включают рекреационные ландшафты и их отдельные компоненты, климат, охотничьи и рыболовные угодья, особо охраняемые территории. Обязательным условием пригодности природных рекреационных ресурсов является экологически благополучное состояние природной среды. Существуют различные методы оценки природных рекреационных ресурсов, но самой распространенной и наиболее соответствующей комплексному рекреационному анализу территории, на наш взгляд, является оценка степени благоприятности тех или иных параметров для рекреационного использования на базе методики рекреационной оценки Е.В. Колотовой [3]. В основе данной методики – применение трехбалльной системы, при которой учитываются условия комфортности (удобство пляжей, наличие лесов, водных объектов и др.), санитарно-гигиенические условия (качество воды, земельных и лесных ресурсов, атмосферного воздуха и др.), а также эстетические факторы (красота и гармония пейзажей, наличие живописных геологических объектов и др.) [3, 6].

Таким образом, на наш взгляд, при оценке туристско-рекреационных ресурсов целесообразно выделить следующие природные ресурсы, подлежащие оценке: рельеф, поверхностные воды, лесные ресурсы, ландшафты, климат по сезонам года, охотничьи и рыболовные угодья, особо охраняемые природные территории. Причём, оцениваться должна не только степень благоприятности для туристско-рекреационных ресурсов, но и их экологическое состояние и устойчивость к антропогенному воздействию. Поскольку рост последнего неизбежен при увеличении туристского потока.

Поэтому нами была разработана методика оценки туристско-рекреационных ресурсов, совмещающая в себе рекреационную и экологическую оценку вышеуказанных природных ресурсов. Условно ее можно назвать рекреационно-экологической оценкой. Рекреационно-экологическая оценка ландшафтов представляет собой совмещение рекреационных и экологических оценок рельефа, поверхностных вод и лесных ресурсов [3]. Однако, рекреационно-экологическая оценка дается и для каждого природного ресурса в отдельности. Она может служить базой для проведения рекреационно-экологического

зонирования территории (в нашем случае – это томский район Томской области [6]). Это позволяет иметь наиболее полную картину состояния природных туристско-рекреационных ресурсов и детально обосновать возможность развития какого-либо вида туризма на исследуемой территории, поскольку определяющим фактором может стать только один из природных ресурсов.

Помимо этого необходимо учитывать, что природные ресурсы являются не только аттрактивными объектами, привлекающими туристов, но и базой для строительства различных рекреационных сооружений. В результате этого, рекреационно-экологическая оценка приобретает еще более значимый характер. Для разных сезонов года, как и для разных видов отдыха, значимость одних и тех же природных ресурсов различна. Так, например, для летних видов лечебно-оздоровительного и пляжно-купального отдыха основными факторами являются комфортный температурный режим, благоприятность водных объектов и почвенно-растительного покрова [6]. При организации зимних видов отдыха необходимо учитывать абсолютные минимальные температуры воздуха, продолжительность залегания и глубину снежного покрова, количество часов солнечного сияния, скорость ветра и частоту метелей.

Несмотря на то, что в основе оценки пригодности территории для туристско-рекреационных целей положены, прежде всего, природные условия, при дальнейшем зонировании и рекреационном освоении должна учитываться специализация района или местности (в том числе количество рекреационных функций территории), транспортная доступность, размещение и наличие культурно-исторических объектов туристского интереса, рекреационные сеть и инфраструктура.

Список использованных источников и литературы

1. Ахматов С.В. Геоэкологическая оценка рекреационного потенциала озер бассейна реки Чуя (Горный Алтай): дис. ... канд. геогр. наук / Станислав Владимирович Ахматов – Томск, 2012. – 203 с.
2. Васильев Ю.С., Кукушкин В.А. Использование водоемов и рек в целях рекреации. – Л.: Гидрометеиздат, 1988. – 230 с.
3. Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение. – М.: 1999, – 135 с.
4. Котляров Е.А. География отдыха и туризма. – М.: Мысль, 1978. – 238 с.
5. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. – Учебно-методический комплекс. – М.: МПСИ, Флинта, 2005. – 496 с.
6. Макаренко Е.П. Геоэкологическая оценка пригородных рекреационных ресурсов (на примере Томского района) дис. ... канд. геогр. наук. / Макаренко Елизавета Павловна. – Томск, 2015. – 209 с.

КРАЕВЕДЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ БИБЛИОТЕК БУРЯТИИ (О ПУТЕВОДИТЕЛЕ ПО СЕТЕВЫМ РЕСУРСАМ)

Монгуш Р.Р., Одорова Т. Л., Восточно-Сибирский государственный институт культуры, г. Улан-Удэ

В статье рассматриваются особенности краеведческих ресурсов межпоселенческих библиотек Бурятии, в том числе, направленных на развитие туристического потенциала региона. Дана характеристика путеводителя по краеведческим ресурсам библиотек в сети Интернет.

Ключевые слова: электронные краеведческие ресурсы, путеводитель, межпоселенческие библиотеки

LOCAL INFORMATION RESOURCES OF THE MUNICIPAL LIBRARY OF BURYATIA (NETWORK RESOURCES GUIDE)

Mongush R.R., Odorova T.L., East Siberian State Institute of Culture, Ulan-Ude

The article discusses the features of local lore resources of the inter-settlement libraries of Buryatia, including those aimed at developing the tourism potential of the region. The characteristic of the guidebook on local history library resources on the Internet is given.

Key words: electronic local lore resources, guidebook, library websites, inter-settlement libraries

Муниципальные, межпоселенческие библиотеки в значительной степени содействуют развитию туризма в регионе, создавая информационные продукты, посвященные его общественно-политической, экономической, культурной жизни, истории и современному состоянию города, района, сельского поселения. Они представляют в систематизированном виде краеведческую информацию, дают возможность в удаленном доступе ознакомиться с достопримечательностями края, сельской глубинки. В межпоселенческих библиотеках Бурятии конденсируется информация о специфике района в виде документальных/полнотекстовых, фактографических, библиографических, комплексных ресурсов, приводятся полезные сведения для субъектов туристической сферы.

Многие общедоступные библиотеки в муниципальных районах республики (их 21) выступают как активные участники туристических программ. Так, в Баунтовском и Бичурском районах библиотеки работают по муниципальным целевым программам «Продвижение культурного туризма», «Развитие культуры и туризма Бичурского района на 2015-2020 гг.» Посредством грантов разных уровней – Правительства РБ, РФ, российских благотворительных фондов, религиозных, общественных организаций – реализуются различные краеведческие проекты (в том числе по созданию электронных ресурсов, печатных изданий). В 2018 г. муниципальное бюджетное учреждение (МБУ) «Кяхтинская централизованная библиотечная сеть (ЦБС)» вышла в финал Всероссийского фестиваля-конкурса «Туристический сувенир», представив сувенир «Кяхтинский чай», который занял второе место в номинации «Гастрономический сувенир, напитки», эконом-класс. Селенгинская межпоселенческая центральная библиотека (МЦБ) в региональном конкурсе Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards заняла третье место в номинации «Лучшая идея туристических событий» за проект «Наадан собирает друзей». Заведующая кафедрой юношества Закаменской МЦБ О. В. Вершинина, участвуя в V Всероссийском фестивале-конкурсе туристских видеопрезентаций «Диво России - 2018», заняла третье место по Сибирскому федеральному округу в номинации «Природные объекты».

В рамках Республиканского конкурса проектов «Культурно-познавательные маршруты», «Узнай свою Родину» сельскими библиотеками разработаны маршруты «Моя малая Родина», «Долина Маракты». Проект «Эхо Кударинской степи» Корсаковской библиотеки Кабанского района вышел в финал регионального конкурса Всероссийской туристической премии «Маршрут года – 2018», ему присуждены четвертое место в номинации «Лучший культурно-познавательный маршрут» среди крупных турагентств, музеев и библиотек Сибирского и Дальневосточного федеральных округов, специальный диплом за популяризацию традиций территории [2].

Богатый практический опыт по реализации краеведческих проектов находит отражение в электронной продукции, имеющейся в открытом доступе на библиотечных сайтах. Общие подходы к вопросам теории и практики создания краеведческой информационной продукции в электронной среде рассматривались в ряде работ [1; 3; 7]. Ориентированию в

многообразной краеведческой электронной информации способствуют путеводители по сетевым ресурсам, создаваемые библиотеками. Методические особенности подготовки путеводителя Российской национальной библиотекой (РНБ) представляют интерес для региональных составителей [6]. Среди формируемых (во многом под методическим руководством Национальной библиотеки Республики Бурятия) библиотеками региона краеведческих ресурсов, представлены «Календари знаменательных и памятных дат», «Летописи сел», «Литературные карты района», биобиблиографические, фактографические базы данных о районе (включающие географические, экономические, социально-демографические и другие характеристики).

В рамках учебной дисциплины «Информационно-аналитические продукты и услуги» [5] нами разработан путеводитель по краеведческим ресурсам отдельных межпоселенческих библиотек республики. Материал в путеводителе строится по разделам, посвященным сайтам библиотек. В каждом разделе приводятся основные сведения о краеведческой продукции: базах данных; библиографических указателях, полнотекстовых ресурсах (самостоятельных продуктах или электронных версиях печатных), мультимедийных ресурсах, изобразительных материалах (в том числе картах), фактографических материалах, посвященных району, населенным пунктам, учреждениям, известным деятелям, краеведческом справочно-поисковом аппарате библиотеки. Путеводитель сопровождается ссылками на веб-сайты библиотек, иллюстрациями (скриншотом страницы сайта).

Кроме сведений об информационных ресурсах республики, приведенных ранее на сайте РНБ, в путеводитель включены данные о централизованных библиотечных системах: МБУ «Бичурская централизованная библиотечно-краеведческая система» (www.bichbibl.ru/), МБУК «ЦБС» МО «Закаменский район» (<http://www.cbszakamna.ru/>); актуализированы сведения о ресурсах МБУ «Прибайкальская ЦБС» (<http://pribbibl.ucoz.com>), МБУК «ЦБС» МО «Селенгинский район» (<http://gusbibl.ru/>), МБУК «ЦБС» МО «Хоринский район» (horlib.ru/), МБУ ЦБС МО «Иволгинский район» (<http://ivcbs.ru/>), МАУ «Кабанская межпоселенческая центральная библиотека» (<http://library.kabansk.org/>). Рассмотрим, например, опыт конкретного библиотечного учреждения [4] через призму путеводителя:

Муниципальное бюджетное учреждение культуры «Централизованная библиотечная система» муниципального образования «Закаменский район» (МБУК «ЦБС» МО «Закаменский район») (<http://www.cbszakamna.ru/>)

Полнотекстовые ресурсы:

В разделе «Ресурсы ЦБС», в рубрике «Литературная карта» представлен электронный краеведческий ресурс, отражающий литературную историю района. Информация размещена по 26 персоналиям в алфавитном порядке:

- Аюшеев Василий Арсаланович;
- Балуев Владимир Чимитович;
- Банзаракцаев Санжайжап Дамдинович;
- Будаев Амгалан Александрович;
- Гармаев Дымбырл Цыденжапович ...

В персональном гнезде отражены характеристика творческой деятельности автора, библиография произведений писателя, литература о жизни и творчестве. Особую ценность представляют цифровые копии книг, фотоархив (рис. 1).

В разделе «Ресурсы ЦБС», в рубрике «Наши издания» можно ознакомиться с «Электронным сборником стихов» – «Дуунайм эхин Захаамин» (сборник стихов и песен о Закамне).

В разделе сайта «О Закаменском районе» *фактографическая информация* размещена в рубриках:

- «История»;
- «Информационный центр Закамна тур инфо»;
- «Территориально-географическое расположение»;
- «Символика»;

- «Календарь знаменательных дат»;
- «Путеводитель» (путевая информация по району).



Рисунок 1 – «Литературная карта» на сайте МБУК «ЦБС» МО «Закаменский район» [4]

В разделе «Ресурсы ЦБС», в рубрике «Электронная база данных» представлены тематические электронные базы данных:

- «Сквозь призму времени» (Библиотечная жизнь Закамны);
- «Природы дар бесценный» (целебные источники района);
- «Страницы истории – страницы жизни» (о руководителях Закаменского района);
- «Традиционная кухня закаменских бурят»;
- «Легенд бесценных жемчуга» (легенды и предания Закамны);
- «Моя судьба – моя Закамна» (книги закаменских авторов и о Закаменском районе);
- «Богатство земли закаменской» (флора и фауна Закаменского района);
- «Спортивная слава Закамны»;
- «Родной земли многоголосье» (топонимика района);
- «Связующая нить времен» (О памятниках истории Закамны);
- «Шаманизм в Закамне: истоки, история, современность»;
- «Книжная коллекция редких изданий в Закамне»;
- «Японские военнопленные в Джиддлаге».

На сайте представлены сведения о проектах (рис.2), реализуемых в рамках социального партнерства, например об экскурсии по г. Закамна (разработчиком туристской услуги выступает информационный центр «Закамна тур info», а исполнителем межпоселенческая центральная библиотека МБУК «ЦБС» МО «Закаменский район»).

Туристско-экскурсионный маршрут:

- Заказник «Снежинский»
- Хамар Дабанская тропа
- Уран Душэ
- Сплав по реке Хонгор уула
- По тропе Буха нойона
- Сплав по реке Зун Морин

Рисунок 2 – Информация о туристско-экскурсионном маршруте на сайте МБУК «ЦБС» МО «Закаменский район» [4]

Наличие уникальной разноплановой информации на сайтах библиотек региона обосновывает целесообразность подготовки и постоянного обновления навигатора по их сетевым ресурсам. При создании информационной продукции и ее библиографировании возможна интеграция усилий образовательных и учебных заведений. Краеведческая продукция, создаваемая библиотеками, выступает как важный фактор информационного сопровождения и продвижения туристической отрасли Бурятии, способствуют сохранению культурно-исторического наследия края.

Список использованных источников и литературы

1. Даниленко С.Ф., Дарьенко Л.Н. Электронная библиотека «Бурятика» // Библиопанорама: научно-практический журнал. 2012. №1. С. 26-30.
2. Ежегодный доклад о деятельности муниципальных библиотек Республики Бурятия в 2018 году / Нац. б-ка Республики Бурятия; [отв. за вып.: Э. С. Очирова, Р. И. Хамаганова] [Электронный ресурс]. URL: <http://nrb.ru/?p=46626> (дата обращения: 22.04.2019).
3. Марченко И.Н. Краеведческие литературные информационные ресурсы на сайтах общедоступных библиотек Омской области // Книга: Сибирь - Евразия : труды I Международного научного конгресса : [в 3 т.] / Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2016-2017. Т. 1. 2017. С. 234-239.
4. МБУК «ЦБС» МО «Закаменский район» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zakamnacs.ru/> (дата обращения: 22.04.2019).
5. Одорова Т.Л. Информационно-аналитические продукты и услуги: учебно-метод. пособие. Улан-Удэ, 2015. 96 с. (Рекомендовано УМО по образованию в области народной художественной культуры, социально-культурной деятельности и информационных ресурсов в качестве учебно-методического пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 071900 «Библиотечно-информационная деятельность» (квалификация «бакалавр»)).
6. Российская национальная библиотека [Электронный ресурс]. URL: <http://nlr.ru/res/inv/kray/reg.htm> (дата обращения: 22.04.2019).
7. Тараненко Л.Г. Основные направления библиотечного краеведения в электронной среде // Культурная жизнь Юга России. 2018. № 2 (69). С. 95-102.

СИБИРСКИЕ ПЕРЕКРЕСТКИ ГЕОГРАФИИ

*Ревякин В.С. Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, г. Барнаул*

По случаю 250-летнего юбилея А.Гумбольдта рассмотрены исторические и организационные события становления географии в Сибири, современные тенденции её участия в реальных процессах развития общества.

Ключевые слова: Гумбольдт, география, Алтай, Томский университет

SIBIRIAN CROSSROADS OF GEOGRAPHY

Revyakin V.S., I.I. Polzunov Altai state technical university, Barnaul

On the occasion of A. Fon Humboldt's 250 the anniversary, the historical end organizational events of the formation of geography in Sibirian, the role and development of society a reviewed.

Key words: A.Humboldt, geography, Tomsk, Barnaul, University

Географическое содружество в 2019 г. отмечает 250-летний юбилей Александра фон Гумбольдта – выдающегося Географа, Путешественника и Гражданина, подарившего миру пятитомный «Космос» и особое, возвышенное восприятие среды жизни человечества, вселенское значение географии, понятие сферы жизни. В статусе корифея мировой науки 190 лет назад Александр фон Гумбольдт совершил путешествие по России, включая пересечение южной части бассейна Оби. Крайним восточным пунктом путешествия оказался Барнаул, который за сто лет со дня основания превратился в центр горнозаводского производства, передовых технических новаций, рукотворных и природных достопримечательностей, творческих начинаний офицеров и служащих горного округа. Впечатления о пребывании в Барнауле знаменитого путешественника стали первой записью в книге почетных посетителей краеведческого музея. Знакомство с Алтаем было быстротечным, однако, заканчивая земной путь, ученый написал об Алтае, его разноцветном богатстве гранитов, яшм, зеленого порфира Ревенской сопки, белорецкого авантюрина, крапчатого порфира, украшающего собой Петербургские дворцы... [3, с.7]. Сибирь не осталась в долгу – «Космос» был в библиотеке Г.С. Батенькова – декабриста, просветителя Сибири с глубоко выстраданным пониманием особой исторической миссии Сибири. Без всяких оговорок относил он Сибирь к колониальным регионам с присущим таковым слабой заселенности, варварской эксплуатации природных ресурсов, заложив тем самым идеи сибирского областничества, развитые позднее Г.Н. Потаниным и Н.М. Ядринцевым. Они прославились не только путешествиями, отмеченными наградами РГО, но и борьбой за открытие Томского университета, с историей которого тесно связаны судьбы географии и географов Сибири, как части русской географии, собственно. Как не вспомнить слова В.П. Семёнова-Тян-Шанского о том, что Западная Сибирь «несмотря на относительную узость сплошной колонизационной полосы, эта без сомнения самая прочная часть русской Азии, самый надежный русский ключ ко владению всей вообще северной частью Азиатского материка, имеющий ныне более 90% русского населения.» [4, с.V].

Географические перекрестки сибирской географии связаны с именами Г.Н.Потанина и Н.М. Ядринцева, Н.А. Гезехуса и П.Н. Крылова, В.А. Обручева и Б.П. Вейнберга, В.В. Сапожникова и М.Н. Соболева, Н.Н. Баранского – учителя географов великой страны Советов. В составе первого факультета ТГУ с самого начал была кафедра физики с физической географией и метеорологией. Понятие физической географии раскрывалось определением из учебника К.И. Арсеньева: «физическая география имеет предметом описание суши, воздуха, естественных произведений, всех живых существ и самого человека...» [3, с.188]. Позднее в историю томской науки вошла кафедра общей географии.

Высказанное мнение В.В. Докучаева «... о расплывающейся во все стороны географии» [2, с.331] оказалось позднее основой многолетней дискуссии о единой, разорванной и т.п. географии, её объекте, предмете и методах.

С 1954 г. в Новосибирске формируется центр академической науки, в россыпи учреждений которой в Иркутске открыт в 1959 г. Институт географии; в вузах, особенно в последние годы, следуя новшествам математизации, гуманизации, экологизации и т.п. изыскам мета-, прикладной, культурной, конструктивной и теоретической географий, появились кафедры природопользования, геоэкологии и др.), выпускники которых по идее должны участвовать в делах охраны природы, решении вопросов коэволюции и взаимодействия природы и общества и др. Со временем не стали ближе физы и экономы, более того, последние обособились в ячейки типа МАРС и АРГО. Раздвоение продолжено в недавно вышедшей шеститомной «Географии Сибири» [1]. Желанное единство географии на объективной ландшафтной основе, с учетом всюдности разлитой жизни, пока не достигнуто, что порой ставит под сомнение фундаментальность географии в вопросах пространственного развития общества. Главный объект географии – ландшафт [5] не стал до сих пор основой объединения творческих усилий географов без всяких видовых определений в деле территориального обустройства общества России, оказавшегося в вихрях всевозможных перемен.

Глобализация, урбанизация, терроризм, дисбаланс потенциала географии и уровня его использования в обосновании и принятия решений по вопросам пространственного планирования властями разных уровней заставляют менять парадигму инженерной географии в целях укрепления связи ее с общественной практикой. Оставляет желать лучшего географическая подготовка управленцев, оперирующих исключительно ресурсными категориями без учета динамики и эволюции ландшафтной среды конкретных административно-территориальных образований.

Особенно заметна роль современной хрестоматистики в возникновении вызовов-проблем обезлюдивания Сибири, исчезновения тысяч населенных пунктов, объявленных когда-то бесперспективными, уничтожении энергетических систем, узурпации ресурсных основ государства, продолжающейся колониальной политики федеральных властей.

В начале XXI в. активизировались поиски ответов на глобальные и региональные вызовы природы и общества. Некоторые из ответов можно найти в трудах участников конференции географов стран СНГ (2011 г.) и МГС, состоявшейся по случаю 100-летнего юбилея ИГ РАН летом 2018 г. Сколь успешными будут поиски – покажет время, а пока вслед за Президентом РФ В. Путиным приходится констатировать вопиющую географическую безграмотность населения и властей, естественно. В этом немалая вина нас – географов.

Список использованных источников и литературы

1. География Сибири в начале XXI века: в 6 томах. Т.5. Западная Сибирь/Отв. Ред. Ю.И.Винокуров, Б.А. Красноярова. Новосибирск: Академ. Изд-во «Гео», 2016.-447 с.
2. Докучаев В.В. Место и роль современного почвоведения в науке и жизни. Избр. Соч. Т.3. М.:Госиздат сельхозлитературы, 1949, с.330-339.
3. Забелин И.М. Возвращение к потомкам: роман-исследование жизни и творчества Александра Гумбольдта.-М.:Мысль, 1988. – 331 с.
4. Россия. Полное географическое описание нашего Отечества. Настольная и дорожная книга для русских людей. Т.16. Западная Сибирь/ Под ред. В.П. Семенова-Тян-Шанского.-СПб.: Изд. А.Ф. Девриенова, 1907.-607 с.
5. Тютюнник Ю.Г. География XXI в.: преодолеть земное притяжение. Географический вестник 2(41). Ин-т эволюционной экологии. Киев. 2017, с.5-16.

АНАЛИЗ СОБЫТИЙНЫХ ТУРИСТСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Третьякова О.С., Прудникова Н.Г., Легачева Н.М., Алтайский государственный университет, г. Барнаул

В статье дано определение событийного туризма, проанализированы основные событийные мероприятия Алтайского края, выявлены тенденции развития событийного туризма в крае, а также динамика туристских посещений данных мероприятий.

Ключевые слова: событийный туризм, событийное мероприятие, фестиваль, праздник
ANALYSIS OF EVENTS TOURIST ACTIVITIES OF THE ALTAI TERRITORY

Tretyakova O.S., Prudnikova N.G., Legacheva N.M., Altai state university, Barnaul

The article contains the definition of event tourism, an analysis of the main event events of the Altai Territory, trends in the development of event tourism in the region, as well as the dynamics of tourist visits to these events

Key words: event tourism, event, festival, holiday

В настоящее время в России имеется достаточно большое количество территорий, обладающих богатым культурным и историческим потенциалом, но, как правило, значительная часть туристских ресурсов этих регионов является невостребованной. В связи с этим, перед сферой туризма стоит задача целевого и эффективного использования всех туристских ресурсов своего региона. Возможным вариантом решения данной задачи может стать развитие такого комплексного и многогранного вида туризма, как событийный. Каждый регион вполне может привлечь к себе туристов, а интересные события могут стать для них объектами притяжения. Следует отметить, что событий, способных привлечь туристов в регионы России, пока не слишком много, но в последнее время в культурной, деловой и спортивной жизни регионов нашей страны можно заметить серьёзные изменения. Все чаще туристов привлекают события, связанные с использованием культурно-исторического потенциала территории. Во многих регионах уже сегодня проводятся различные мероприятия, которые организуются на основе народных традиций, праздников и значимых для региона исторических событий.

Событийный туризм – это направление туризма, в котором туристические поездки приурочены к каким-либо определённым мероприятиям, и он является не только перспективным и динамично развивающимся сегментом мирового туристского рынка, но и ярким, многогранным и увлекательным инструментом продвижения территории.

В событийном туризме под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодически наблюдаемого, наблюдаемого ежегодно или в определённые периоды времени. Туристский бизнес всегда активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на событие [1].

Одной из актуальных задач по развитию событийного туризма, в том числе и в Алтайском крае, является необходимость доработки уже существующих событий с высоким потенциалом значимости и зрелищности. И в этом направлении особый интерес представляют традиционные национальные праздники, которые активно возрождаются на Алтае и массовые мероприятия, приуроченные к знаменательным датам.

Рассмотрим наиболее подробно событийные мероприятия в Алтайском крае за 2018–2019 года (табл. 1).

Таблица 1 – Событийные мероприятия Алтайского края

<i>Название</i>	<i>Место проведения</i>	<i>Программа мероприятия / достопримечательности</i>
Сибирская масленица (17 февраля 2018 / 9 марта 2019)	«Сибирское подворье», Смоленский район	Ярмарка, народные гуляния, конно-спортивный праздник, конкурс масленичных чучел, забавы / Ключевская сопка, слияние Катунь и Бии, остров Иконников
ЛедОк! На Завьяловских озерах! (10 марта 2018 / 16 марта 2019)	оз. Мостовое, Завьяловский район	Ароматная уха, народные забавы, командные соревнования, игры и конкурсы, призы и награды, широкая ярмарка, сотни блюд из рыбы, русская баня / Завьяловские озёра
Апрельский кураж (21 апреля 2018 / 27 апреля 2019)	г. Барнаул	Сражение, в котором внедорожники, квадроциклы и стандартные автомобили преодолевают грязевые лужи, сложные подъёмы и препятствия
Международный туристический форум VISIT ALTAI (20-29 апреля 2018 / 26 апреля – 1 мая 2019)	г. Барнаул, г. Бийск, Алтайский, Змеиногорский, Первомайский районы	В рамках форума состоялось более 30 мероприятий – семинары, круглые столы, рабочие встречи, выставки, чемпионаты и соревнования

<i>Название</i>	<i>Место проведения</i>	<i>Программа мероприятия / достопримечательности</i>
Цветение маральника (29 апреля 2018 / 1 мая 2019)	ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», Алтайский район	Концертная программа, ярмарка, конкурсы, аттракционы, народные гуляния. Открытие летнего туристического сезона в Алтайском крае
Алтай Тур Алтай Курорт (20-21 апреля 2018 / 1 мая 2019)	г. Барнаул / ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», Алтайский район	Выставка по внутреннему и въездному туризму объединяет информацию о новых турах, брендовых маршрутах и экскурсионных программах Алтайского края. Продажа сувенирной продукции, алтайских продуктов и напитков, презентация туристских возможностей городов и районов Алтайского края
Ночь музеев (19 мая 2018/ 18 мая 2019)	Основная площадка – г. Барнаул	Экскурсии, викторины, выставки-ярмарки, театрализованные программы, мастер-классы
Троицкие гуляния (26 мая 2018 / 16 июня 2019)	Солонешенский район	На фестивале поют обрядовые песни, угощают традиционными кушаньями кержаков, плетут и отправляют по реке венки, проходят женские обряды кумовства и топления березки / Бацелакский государственный природный заказник, Денисова пещера
День России на «Бирюзовой Катунь» (12 июня 2018/ 2019)	ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», Алтайский район	Выступление ведущих фольклорных коллективов Алтайского края и других регионов
Литературный фестиваль Роберта Рождественского (21-23 июня 2018 / 15-16 июня 2019)	с. Косиха, Косихинский район	Литература, музыка, танцы соединяются в большой народный праздник земляков великого поэта Роберта Рождественского / музей космонавтики им. Г.С. Титова
Шермиции на Сибирской земле (30 июня 2018 / 22 июня 2019)	Заринский район, база «Вектор»	Организация и проведение казачьих игр по традиционным казачьим боевым искусствам: рубка одиночных мишеней, рубка предметов в пешем строю, борьба «на ломка», кулачный бой, огневая подготовка, перетягивание каната / Салаирский кряж
АлтайФест (15-16 июня 2018 / 28-29 июня 2019)	Романовский район, база отдыха «Гуселетовские плёсы» / «Сибирское подворье», Смоленский район	Дегустация напитков, интерактивная программа / Озеро Горькое, озеро Мормышанское, Завьяловские озёра
Ах! Фест (30 июня – 1 июля 2018 / 29-30 июня 2019)	Алтайский район, с. Алтайское,	Экскурсии, ярмарка-продажа товаров алтайских производителей и ремесленников, музыка от известных DJ, детская анимационная программа, мастер-классы для новичков и профессионалов / Озеро Ая, Бирюксинский перевал, река Катунь
Звезда на Яровом (21 июля 2018 / ...)	Причал 22, 42 г. Яровое	Конкурсы, детские и взрослые шоу-программы, фестиваль красок, вечерний концерт звёзд российского шоу-бизнеса. Принять участие может каждый желающий в возрасте от 7 лет, имеющий навыки плавания и удерживания на воде, прошедший регистрацию и получивший браслет участника
Всэ будэ смачно! (21 июля 2018/)	Романовский район, база отдыха «Гуселетовские плёсы»	Работа выставок с различными видами вареников, парад- шествие, конкурсы, аукционы

Название	Место проведения	Программа мероприятия / достопримечательности
Шукшинские дни на Алтае (28 июля 2018 / 23 - 27 июля 2019)	с. Сростки, Бийский район	Литературные встречи, кинофестиваль, народные гуляния. Кульминация праздника – художественная программа на горе Пикет в Сростках
Звенигора (24-26 августа 2018 / 30 – 31 августа 2019)	с. Саввушка, Змеиногорский район	Экскурсии по окрестностям Колыванского озера; прогулки на паруснике и катамаране; скалолазание (горный туризм); выставка народных ремёсел, продажа сувенирной продукции; мастер-классы по изготовлению изделий народного творчества, гончарный круг, рыбалка, гостевая уха
Дни алтайского сыра (18 августа 2018 \ 24 августа 2019)	г. Барнаул, пешеходная зона ул. Мало-Тобольская / пл. Ветеранов	Дегустация всех алтайских сортов сыра. Игровая и познавательная программа для детей и взрослых
Алтайская зимовка (1-2 декабря 2018 / 30 ноября -1 декабря 2019)	ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», Алтайский район, Советский район, заказник «Лебединый», Змеиногорский, Бийский, Заринский и Чарышский районы	Открытие зимнего туристического сезона. Мастер-класс по созданию снежных фигур, забег Дедов Морозов, фотосессии с сибирскими хаски и аляскинскими маламутами, семинар-совещание, круглый стол, театрализованное мероприятие, выставка-ярмарка сувенирной и ремесленной продукции и т.д.

Из приведённой таблицы [4] можно сделать выводы, что на территории Алтайского края разработано и реализуется множество событийных мероприятий. Что касается выбора места проведения события, то это район или с высоким туристским потенциалом, удобной транспортной развязкой, развитой туристической инфраструктурой, или менее привлекательные районы, но имеющие объект культурно-исторического, природного, этнографического характера.

Востребованность событийного туризма подтверждает проведение большого количества праздников и фестивалей, на которые собираются не только местные жители, но и приезжают туристы из соседних регионов и из-за рубежа.

Пик событийных туристских мероприятий приходится на летний сезон, что обусловлено климатическими условиями, но как мы видим (рис. 1), в зимний сезон и межсезонье праздники и фестивали тоже проводятся, создавая большой турпоток в казалось бы «мёртвый» сезон.

В течение последних пяти лет Алтайский край был неоднократно отмечен ведущими премиями в области туристической индустрии на российском и международном уровнях, а региональные проекты поддерживаются на федеральном уровне. Алтайский край - победитель премии National Geographic Traveler Awards 2016 года в номинации «Российский приключенческий отдых».

Следует отметить, что в настоящее время в Алтайском крае уже реализуются мероприятия событийного туризма, которые привлекают достаточно большое количество туристов. Так, например, значительными событиями в культурной жизни региона стали «Шукшинские дни на Алтае» и Шукшинский кинофестиваль (с 2007 года получил статус Всероссийского), Дни славянской письменности, краевые молодёжные Дельфийские игры, краевой смотр «Юные дарования Алтая», региональный фестиваль композиторов «Песни Иткульского лета», Демидовский бал, Рождественские чтения и др. [4].



Рисунок 1 – Количество событийных мероприятий в Алтайском крае за 2018 г.

Успешно используются в событийном туризме Тавдинские пещеры и археологический комплекс «Перекресток миров», расположенный на территории особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь». В настоящее время ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» является одной из значимых площадок для проведения масштабных мероприятий событийного туризма. Здесь уже привлекают огромное количество участников такие событийные мероприятия, как молодежный управленческий форум «АТР», праздник «Цветение маральника», «День России» и т.д.

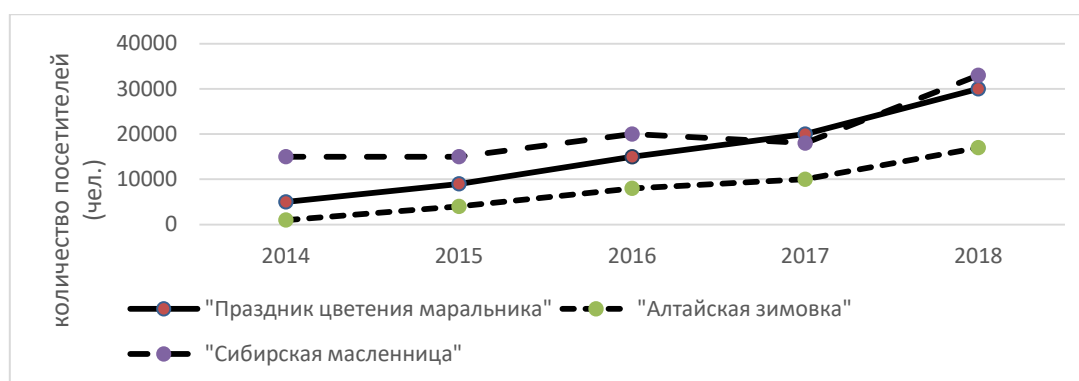


Рисунок 2 – Динамика посещений основных событийных мероприятий Алтайского края за последние 5 лет

Кроме того, в Алтайском крае создана ещё одна площадка для проведения крупных событийных мероприятий, которая расположена в селе Новотырышкино Смоленского района и называется «Сибирское подворье». Территория комплекса является многофункциональной площадкой, где проводятся разноплановые праздники, среди них – краевой фестиваль напитков «Алтайфест», «Сибирская масленица», «Цветение маральника» и «Алтайская зимовка. Самым ярким и зрелищным событием, организованным на данной площадке можно считать празднование «Сибирской масленицы», где проходили народные гуляния, концерт с участием фольклорных коллективов из разных регионов России, красочные хороводы и традиционные русские забавы.

В целом динамика туристических посещений праздников и фестивалей (рис.2) положительная, с незначительными спадами (что в основном связано с погодными условиями). Событийный туризм в крае активно развивается, растет турпоток, с каждым годом появляется всё больше мероприятий.

Таким образом, возрождение национальных праздничных традиций, ежегодные фестивали, народные гуляния, их массово-зрелищная демонстрация должны стать ключевым

ресурсом в организации событийного туризма, а созданные на их основе турпродукты позволят наиболее эффективно использовать имеющийся потенциал Алтайского края, увеличивая туристические потоки и активно развивая внутренний туризм.

Список использованных источников и литературы

1. Власова Т.И. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) // Вестник Национальной академии туризма / Т.И. Власова, А.В. Алейников. 2015 № 1(33). С. 38–40.
2. Дмитриев Д.В. Специфика событийного туризма как сегмента регионального рынка туристских услуг // Мир экономики и права. Москва, 2011. № 10. С. 52–55.
3. Купченко А. Событийный туризм в России // Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг: Сборник трудов XVI Международной заочной научно-практической конференции / под ред. С.В. Огнева, Л.Ю. Шемятихина. Москва, 2015. С. 208–210.
4. Визиталтай.рф [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.visitaltai.info/> (дата обращения 03.05.2019).

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ ТОМСКЕ

Филандышева Л.Б., Тюпкина Т.Е., НИ Томский государственный университет, г. Томск

В статье дан анализ индустрии гостеприимства как фактора развития городского туризма в г. Томске. Рассмотрены основные понятия и особенности данного вида туризма, а также становление и современное состояние сферы гостеприимства в Томске.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, городской туризм, город Томск

HOSPITALITY INDUSTRY AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF CITY TOURISM IN TOMSK

Filandysheva L.B., Tyupkina T. E., NR Tomsk state university, Tomsk

The article analyzes the hospitality industry as a factor in the development of urban tourism in the city of Tomsk. Consideration of the basic concepts and features of this type of tourism, as well as the development and current state of the hospitality industry in Tomsk.

Keywords: hospitality industry, urban tourism, the city of Tomsk

Вопросы, касающиеся городского туризма, приобретают все большую актуальность в связи с приоритетностью развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации. Их успешность в значительной степени определяется состоянием индустрии гостеприимства в административных регионах, в данном случае, в Томске и Томской области.

Популярность городского туризма растет не только в мире, но и в России, о чем свидетельствует проведенный 24 октября 2018 года в Ярославской области VIII Международный форум «Visit Russia», посвященный именно городскому туризму. Тема форума касалась проблем повышения туристической привлекательности городов, формирования благоприятной городской среды, создания комфортных условий для проживания местного населения и гостей [1].

Городской туризм имеет давнюю историю, но терминологическое понимание его сути было дано Гартмут Лезер (Германия) в 1997 г. и оно следующее: «Городской туризм – это краткосрочное (обычно 1-4 дня) посещение города по причинам: интерес к посещению событий, истории или искусству города, а также приобретению в нем различных видов товара» [1]. Данный вид туризма сегодня является одним из самых популярных форм отдыха выходного дня, а также познавательных экскурсий для школьников, студентов, жителей и приезжих гостей из нашей страны и из-за рубежа [2]. Однако следует сказать, хотя городской туризм считается относительно новым направлением, но посещение городов – это одна из древнейших форм путешествия, которая была известна еще с периода Древней Греции и Рима. В те время города посещали в основном по политическим или экономическим (торговым) причинам [4]. Получается, что городской туризм развивается издавна, и только его определение сформулировано сравнительно недавно.

Город как объект исследования представляет собой сложную и динамичную систему, которая может быть всесторонне изучена лишь во взаимодействии целого ряда наук: философии, истории, географии, экономики, этнологии и др. [6]. В настоящее время города являются центрами продвижения и развития туризма. В научной литературе отмечается, что городская среда непременно должна обладать всем, что способно поддерживать интерес туриста, и в первую очередь, развитой индустрией гостеприимства [3]. Последняя является одной из крупнейших отраслей мировой экономики, которая бурно развивается.

Индустрия гостеприимства в Томске складывалась на протяжении длительного времени. В свете современных реалий она требует определенной реорганизации, и поддержки со стороны администрации города и области, бизнес-структур, а также всех, кто заинтересован в развитии туризма.

Туристская инфраструктура (комплекс сооружений, сетей и предприятий для обслуживания туристов, и обеспечения функционирования туристско-рекреационной сферы) [6] как часть индустрии гостеприимства является необходимым условием освоения рекреационных ресурсов. Она представлена местами размещения, сферой общественного питания, транспортным обеспечением, культурно-массовым сектором и т.д. [11].

В Томске имеется довольно большое разнообразие мест размещения, где могут остановиться туристы, однако не все из них отвечают современным стандартам сервиса и качества обслуживания, вероятно, это одна из причин, что немногие гостиницы города прошли государственную стандартизацию и классификацию по системе, принятой Всемирной туристской организацией (ЮНВТО). Следует сказать, что с 2019 года в России введена обязательная классификация гостиниц и прочих средств размещения [5]. В настоящее время в Томске прошли эту процедуру с присвоением соответствующих звезд следующие гостиницы: «Магистрат» и «Бон Апарта» (4 звезды); «Спорт-отель», «Томск», «Октябрьская» и «Рубин» (три звезды). Гостиниц уровня «5 звезд» пока в Томске нет. Некоторые гостиницы туристского класса находятся в домах-памятниках деревянного зодчества, например, такие как «Купеческий дом» и «Абазур». Следует упомянуть, что в городе отсутствуют международные и национальные представители гостиничных цепей [10].

Говоря о перспективах городского туризма в Томске, необходимо обратить внимание на важность увеличения количества экономически доступных форм размещения соответствующих туристическому классу: гостиниц уровня «двух» и «трех» звезд, хостелов, и др.

Сфера общественного питания в г. Томске достаточно развита и разнообразна по формату обслуживания и предложений. Она предоставляет питание разной ценовой категории. Однако, некоторые предприятия сегодня нуждаются в реконструкции, внутреннем переоборудовании, обновлении мебели и др.

Важной составляющей инфраструктуры является транспортное обеспечение. В Томске функционируют следующие виды транспорта: автомобильный, железнодорожный, воздушный, водный. Состояние автомобильных дорог – это первое, с чем сталкиваются гости города, и от их качества в значительной степени зависит впечатление о месте

пребывания. На сегодняшний день не все дороги в г. Томске находятся в хорошем состоянии. Многие из них нуждаются в текущем и капитальном ремонте. В планы развития транспортных сетей г. Томска до 2025 г. входит: строительство подъезда к терминалу аэропорта с остановочными и парковочными площадками, реконструкция аэропортового комплекса «Богашево» (реконструкция искусственной взлетно-посадочной полосы), строительство скоростной автомобильной дороги «Томск – Тайга» (от ж.д. ст. Басандайка до границы Кемеровской области). В самом городе в соответствии с программой "Безопасные и качественные автомобильные дороги" в период с 2019-го по 2025 г. предполагается каждый год осуществлять ремонт дорог суммарной протяженностью около 300 километров [10, 11].

Основные положительные факторы развития городского туризма и индустрии гостеприимства для административного центра Томской области заключаются в следующем. Томск – старейший образовательный, научный и инновационный центр в Сибири с богатым историко-культурным наследием, разнообразием природными достопримечательностей, наличием международного аэропорта и многим другим, что выделяет его из числа соседних, и не только, городов, подчеркивает его познавательную привлекательность и говорит о больших перспективах для развития городского туризма.

Завершая, хочется подчеркнуть, что индустрия гостеприимства как фактор развития городского туризма является одним из главных инструментом в повышении туристической привлекательности городов и в формировании благоприятной городской среды, создании комфортных условий для проживания, как туристов, так и местных жителей.

Список использованных источников и литературы

1. Гладкий А.В., Скляров А.А. Развитие туризма в крупнейших исторических городах мира // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т.11. № 2. С. 28–39.
2. Городской туризм [Электронный ресурс] URL: <http://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/gorodskoy-turizm.html> (дата обращения: 09.09.2019)
3. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом Классика–XXI, 2011. – 399 с.
4. Мутавичи Е. П., Семенова Л. В. «Городской туризм — драйвер экономики впечатлений // Наука и туризм: стратегии взаимодействия, вып. 6(4), сс. 4-12, 1.
5. Нестеров А.К. Классификация гостиниц в России // Энциклопедия Нестеровых [Электронный ресурс]: URL <http://odiplom.ru/lab/klassifikaciya-gostinic-v-rossii.html> (дата обращения: 08.09.2019)
6. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. - Москва: Дашков и К°, 2009. – 247, [1] с.
7. Типология городских туристских центров [Электронный ресурс] URL: <https://mylektsii.ru/9-69052.html> (дата обращения: 07.09.2019)
8. Томский район [Электронный ресурс] URL: <http://www.tradm.ru/> (дата обращения 14.09.2019)
9. Томские новости [Электронный ресурс] URL: <http://tomsk-novosti.ru/> (дата обращения 04.09.2019)
10. Туристский портал Томской области [Электронный ресурс] URL: <http://travel-tomsk.ru/> (дата обращения 06.09.2019)
11. Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства: Учеб. пособие / Т.В. Черевичко – 2-е изд. – М.: ФЛИНТА, 2015. – 288 с.