

Министерство науки и высшего образования РФ
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
Тверской государственный университет
Российская международная академия туризма
Национальная академия туризма
Русское географическое общество
Российский союз туриндустрии
Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)

**ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:
фундаментальные и прикладные
исследования**

ТРУДЫ XV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

Издается под общей редакцией доктора географических наук,
профессора В.И. Кружалина

Тверь 2020

УДК 379.85+910(082)

ББК 75.81+28.8 Т 86

Т-86

Редакционная коллегия:

Скаковская Л.Н. — и.о. ректора Тверского государственного университета, профессор, доктор филологических наук

Власова Т.И. — президент Национальной академии туризма, ректор Балтийской академии туризма и предпринимательства, профессор, доктор педагогических наук

Добролюбов С.А. — член-корреспондент РАН, декан географического факультета МГУ, профессор, доктор географических наук

Кружалин В.И. — вице-президент НАТ, заместитель председателя Комиссии по развитию туризма РГО, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ, профессор, доктор географических наук

Трофимов Е.Н. — ректор РМАТ, профессор, доктор политических наук

Шпилько С.П. — президент РСТ, кандидат экономических наук, доцент

Хохлова Е.Р. — декан факультета географии и геоэкологии Тверского государственного университета, доцент, кандидат географических наук

Богданова Л.П. — зав. кафедрой социально-экономической географии и территориального планирования Тверского государственного университета, доцент, доктор географических наук

Рецензенты:

Г.М. Романова, ректор Сочинского государственного университета, профессор, доктор экономических наук

А.И. Зырянов, заведующий кафедрой туризма Пермского государственного национального исследовательского университета, профессор, доктор географических наук

Т86 Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды XV Международной научно-практической конференции. Тверской государственный университет, Тверь / Под общ. ред. В.И. Кружалина / Л.П. Богданова, Е.Р. Хохлова — Тверь: Тверской государственный университет, 2020. — 330 с.

ISBN 978-5-7609-1564-1

Конференция проведена в рамках программы мероприятий, посвященных 150-летию учительской школы П.П. Максимовича, на основе которой был создан Калининский педагогический институт, а затем Тверской государственный университет.

ISBN 978-5-7609-1564-1

© Авторы статей, 2020

© Тверской государственный университет, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА НАУКИ О РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМЕ	5
ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТУРОТРАСЛИ: СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ, РИСКИ (Власова Т.И.)	5
СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА (Трофимов Е.Н.).....	17
НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА "ЗАПАДНЫЙ ФАСАД РОССИИ" (Котляков В.М., Кружалин В.И., Мажар Л.Ю.)	32
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ И СОЗДАНИЮ МАСТЕР-ПЛАНОВ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ (Морозов М.А., Морозова Н.С.).....	47
ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ УМНОЙ СИЛЫ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА (Александрова А.Ю., Шипугина М.В.)	57
МУЗЫКАЛЬНЫЕ ФЕСТИВАЛИ В РАЗВИТИИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА (Богданова Л.П., Пигарева Е.Ю.).....	66
К ВОПРОСУ О ТЕМАТИКЕ ДИССЕРТАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА В ГЕОГРАФИИ (Дорофеев А.А.).....	75
THE CURRENT TRENDS IN SPA & WELLNESS TOURISM DEVELOPMENT ALL OVER THE WORLD (Гладкий А.В.).....	82
ТУРИСТСКИЙ ХАБ КАК УЗЛОВОЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В РЕГИОНАХ КРАЙНЕГО СЕВЕРА (НА ПРИМЕРЕ ЧУКОТКИ) (Гладкевич Г.И., Иванов И.А.)	90
ОБРАЗОВАНИЕ И ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА.....	102
ОТНОШЕНЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА (Питюков В.Ю.).....	102
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ГЕОТУРИЗМА (Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И.)	110
ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТУРИЗМУ (Домбровская В.Е.)	124
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА (Кружалин В.И., Никанорова А.Д.)	137
СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ (Щербакова С.А.).....	145
ИННОВАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ	153
РОССИЯ: ГОТОВНОСТЬ ТУРИЗМА К ЦИФРОВЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ (Яковлева С.И.).....	153
«УМНЫЙ ГОРОД» КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ТУРИСТСКИЙ ОБРАЗ ОДЕССЫ (Лисенкова Т.И., Яковлева С.И.)	160
КОММУНИКАТИВНАЯ МОДЕЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА «КАМСКИЙ БЕРЕГ» (Голубева О.А.).....	166

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА (Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А.)	172
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА	180
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В СТРАНАХ БАЛТИИ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД (Аигина Е.В., Красавцев И.В.)	180
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА АРХИПЕЛАГЕ ШПИЦБЕРГЕН (Валькова Т.М., Шумков Д.С.).....	191
АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ЧЕМПИОНАТА «ЛЕСОРУБ XXI ВЕКА» В УСТЬЯНСКОМ РАЙОНЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ТУРИСТКОГО СОБЫТИЯ (Волова П.С., Воробьева Н.И.).....	203
ДЕТСКО-ЮНОШЕСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ (Голубчиков Ю.Н., Кузнецова Н.В.).....	209
КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЮГА РОССИИ (Ивлиева О.В., Шмыткова А.В., Кушнир К.В.)	220
ПОДДЕРЖКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В НАЦИОНАЛЬНОМ ПРОЕКТЕ РФ «ЗДРАВООХРАНЕНИЕ» И РЯДЕ ДРУГИХ ДОКУМЕНТОВ (Коваленко В.В., Давыдова Л.А.)	233
АРМЕНИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИЗМА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ (Кондрова А.Е., Юрченко С.А.).....	240
РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА МАЛОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ БЕЖЕЦКА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ) (Лебедев П.С., Смирнов И.П., Смирнова А.А.).....	252
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ ДЛЯ ЭНЕРГООБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИЗМА НА ОСТРОВНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ (Нефедова Л.В.).....	261
СОЗДАНИЕ КЛАСТЕРА ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ - РАСШИРЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ (Нефедова Л.В., Рафикова Ю.Ю.).....	270
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (Никанорова А.Д.)	279
ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ (Петрачева И.В., Абрамов И.М.)	288
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ПРИРОДНЫХ И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ (Рудский В.В.)	294
ПРОБЛЕМЫ СЕЛЬСКОГО ОВЕРТУРИЗМА (Сергеева М.С., Яковлева С.И.)	302
СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ ПОЛЬШИ (Сукманова Н.Ю., Курич Н.А.)	311
ТУРИСТСКИЕ БРЕНДЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ) (Хохлова Е.Р., Аверьянова Т.В., Губеня У.П.).....	322

КОММУНИКАТИВНАЯ МОДЕЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА «КАМСКИЙ БЕРЕГ»

COMMUNICATIVE MODEL OF THE TOURIST CLUSTER «KAMSKY BEREG»

УДК 338.4 (74.01/09)

Голубева О. А., аспирант направления «Искусствоведение»; заведующая отделением МКПО ФГБОУ ВО «УдГУ», Ижевск, Россия; Oksana I2005@mail.ru

Golubeva O. A., post-graduate student in the field of «art Criticism»; head of the Department of MCPO of the Federal state educational INSTITUTION "UdSU", Izhevsk, Russia; Oksana I2005@mail.ru

Ключевые слова: туристический кластер, дизайн-бриф, камский берег, бренд, легенда.

Keywords: the tourism cluster, design brief, Kamsky bereg, the brand, the legend

Аннотация

В статье рассмотрен кластерный подход к развитию туризма на территории Удмуртской Республики, а также основные элементы, формирующие структуру туристического кластера «Камский берег», деятельность которого направлена на выполнение рекреационных, природно-экологических, социально-экономических функций. Показано важное значение применения разработанной универсальной коммуникативной модели, которая позволит сформировать содержательный образ любого города и повысить его имидж и бренд.

Abstract

The article considers the cluster approach to the development of tourism in the territory of the Udmurt Republic, as well as the main elements that form the structure of the tourist cluster «Kamsky Bereg», whose activities are aimed at performing recreational, natural-environmental, socio-economic functions. It shows the importance of using the developed universal communication model, which will form a meaningful image of any city and improve its image and brand.

В отечественной теории и практике последнего десятилетия интенсивно обсуждается тема кластерного подхода как эффективного инструмента развития туризма в регионах России, что способствует росту местной экономики, расширению и углублению связей частного-государственного партнерства, формированию современной конкурентоспособной туристической отрасли.

Процесс формирования любого туристического кластера состоит из определенных этапов: принятие решения о целесообразности создания

кластера, разработки стратегии развития кластера, формирование группы участников, реализация программы. В таком стандартном проекте практически всегда отсутствует концептуальный элемент, поскольку учитываются только привлекательные туристические ресурсы, с позиции формирования новых туристско-экскурсионных маршрутов и программ, однако следует уделять внимание коммуникативным аспектам дизайнерской практики, позволяющим служить точкой притяжения большего количества гостей в республику, основываясь на культуре креатива.

В связи с перечисленным, рассмотрим эффективность применения коммуникативной практики с позиции дизайн-брифа [1] на примере туристско-рекреационного кластера «Камский берег».

Таблица 1

Структура дизайн-брифа (согласно методологии Г.Н. Лола)

Части дизайн-брифа	Составляющие дизайн-брифа
Формальная часть	Название проекта, заказчик, даты
Аналитическая часть	Обоснование концепта
Креативная часть	Видение образа
Коммуникативная часть	Транслирование послания

Если говорить, о туристско-рекреационном кластере «Камский берег» Удмуртской Республики, то он представляет собой сконцентрированную группу организаций, предоставляющих востребованный на рынке по цене и качеству комплекс взаимодополняющих и усиливающих друг друга услуг, ориентированный на несколько видов туризма: культурно-познавательный, речной (круизный), рекреационный (и лечебно-рекреационный), событийный, деловой и иные виды туризма [2].

На первом этапе при изучении формального блока дизайн-брифа были получены следующие результаты:

- Управляющая функция кластера принадлежит Центру кластерного развития УР (всего по состоянию на 1 января 2019 года в кластер входят 54 участника – туроператорские и турагентские фирмы, рекламные предприятия, предприятия питания, размещения, развлекательные учреждения, музеи, лечебно-оздоровительные учреждения, образовательные учреждения) [2].

- Даты обсуждения проекта 19 ноября 2014 года на заседании Координационного совета федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Дата утверждения проекта 10 марта 2015года.

- Ядро кластера – город Сарапул, в проект включены также районы, расположенные на берегах реки Кама: Сарапульский, Воткинский, Каракулинский.

- В качестве бренда выступает река Кама как природная достопримечательность города, а также сам город Сарапул как объект культурно-познавательного туризма. Для города разработан зонтичный бренд. Согласно О.И. Буш, «зонтичный бренд» – это бренд, используемый для обозначения нескольких товаров различного назначения или ряда товарных категорий (групп), которые должны быть связаны между собой (идейно или функционально) [3]. Зонтичный бренд в данном случае выступает как психологическая концепция, ведь если предприятие входит в такой крупный проект, значит возникает доверие потребителей к услугам предприятий, само же предприятие регулярно «светится» на конференциях, выставках, все это увеличивает объем продаж у организаций – партнеров проекта. Проследить данную маркетинговую стратегию становится возможным при посещении официальных сайтов с информацией о кластере «Камский берег» – на сайтах автоматически появляются переходящие ссылки на сайты партнеров.

Аналитическая часть проекта

В качестве целевых групп выступают российские и иностранные граждане, местное население. Цель потребителей у всех одна – получение впечатлений путем погружения в этническую среду города.

На рынке туруслуг кластер позиционирует себя как полностью туристско-рекреационная территория, благодаря тому, что протягивается вдоль реки Кама и Воткинского водохранилища. Одним из преимуществ является социально-культурный потенциал города: более 200 памятников истории и культуры, ландшафтно-архитектурное своеобразие города.

Креативная часть проекта

Город Сарапул – уездный купеческий город, единственный на территории Удмуртии сохранивший свой облик почти полностью в первоизданном виде, этот факт всем известен и как бренд в сфере туризма существует на рынке давно, однако для его более эффективного продвижения необходимо представить

город как дизайн-продукт, основная задача которого обеспечить узнаваемость. С этой целью можно использовать смысловые маркеры (рис. 1).

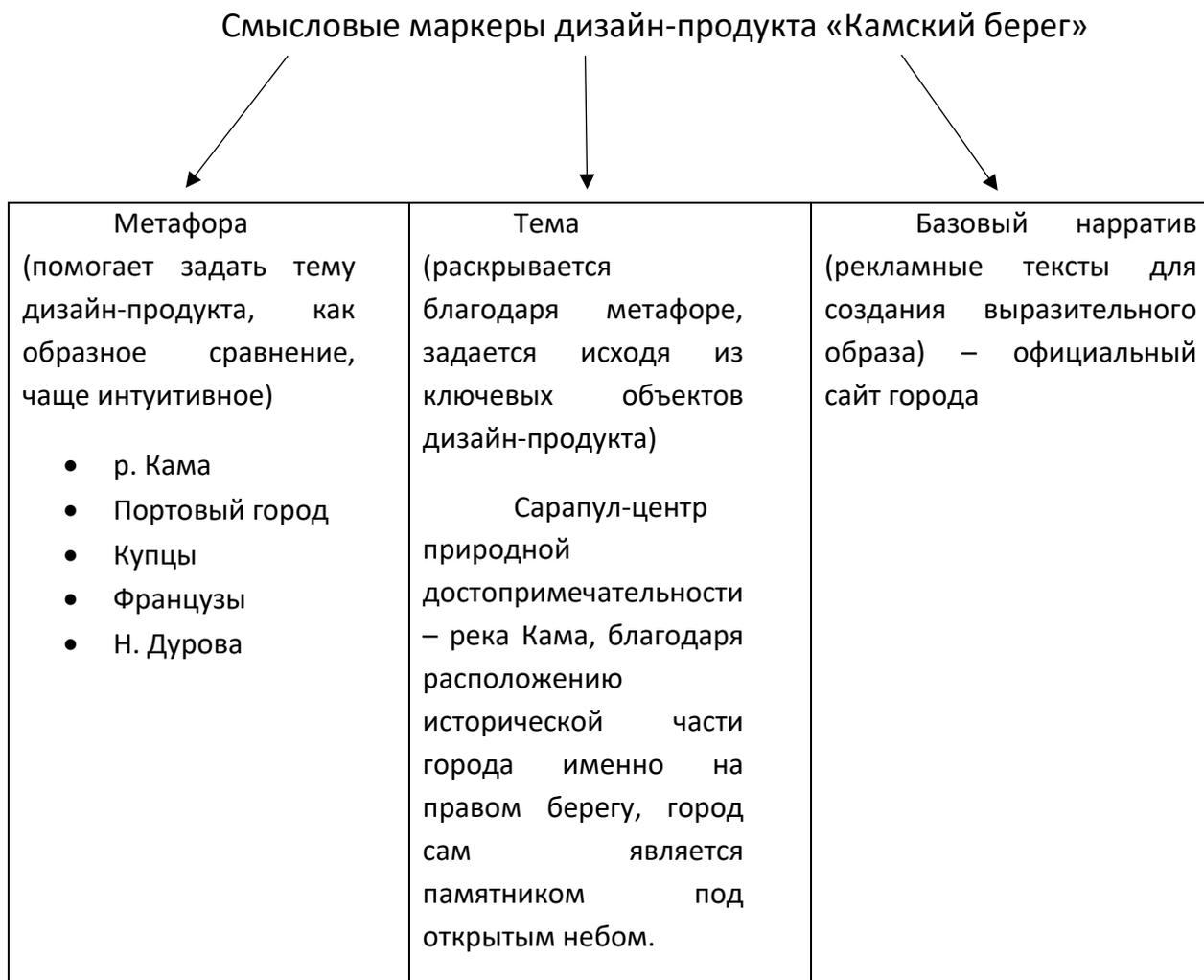


Рис. 1. Схема смысловых маркеров дизайн-продукта «Камский берег»

Разновидностью нарратива является легенда, она основана на реальных событиях, описывает образ и додумывает его. Легенда также имеет свои структурные компоненты: тема, сюжет, жанр. Применительно к кластеру «Камский берег» в основе темы (идеи) лежит принцип исторического наследия. Сюжет раскрывается через событийный ряд ключевых объектов: музеи города, объединенные в единый комплекс, представляющий собой реальные постройки XIX-XX веков. Если говорить об особенностях жанра, то здесь конечно же преобладает исторический, с элементами военной тематики.

Для поддержания легенды используется история, т.е. основные герои легенды: П.А. Башенин, Н.В. Мельников, Н. Дурова, В. Вольф, П.Ф. Коршев.

Таким образом в общем виде легенду туристического кластера «Камский берег» можно представить на таблице 2:

Легенда «Камский берег»

ПОЗИЦИЯ	СОДЕРЖАНИЕ
«Герой»	Купец
Концепция	Эпоха городской культуры
<i>Семиотическая модель</i>	
Смысловые маркеры	Ретро, купеческий портовый город, архитектурный стиль, эстетика, изящество, природа
Метафора	Дух прошлого
Тема	Город-музей
<i>Дискурсивная модель</i>	
Техника	Фрейминг – соответствие представлений и реальности
Инспирация	Духовная культура
Метафизическая реминисценция	Вечные ценности (архитектурно-пространственная среда)

Реализация проекта осуществляется за счет средств федерального бюджета, бюджета муниципального образования город Сарапул, внебюджетных фондов.

Некоторые результаты реализации проекта «Камский берег»:

- За счет бюджетных средств построено семь объектов инфраструктуры на общую сумму почти 300 миллионов рублей;
- Туристический поток за 2018 год составил 45 тысяч человек, что выше показателя 2015 года в 2,5 раза.
- Увеличение турпотока по отношению к 2017 году составило 122%.
- В период навигации 2018 года в город зашли 105 теплоходов. Для сравнения: в 2015 году – 14, в 2016 - 64, а в 2017 – уже 99 [4].

Разработанная коммуникативная модель «Камского берега» позволяет получить исходные данные для дизайн-разработки графического сопровождения и территориального брендинга.

Список литературы

1. Лола Г. Н. Дизайн-код: культура креатива. СПб.: «ЭЛМОР», 2011.– 140с.
2. Стратегия развития туристско-рекреационного кластера «Камский берег» Удмуртской Республики от 25.05.2015 года №510-р
3. Капферер Ж. Н. Бренд навсегда. Вершина, 2007.
4. Интернет-портал Сарапул Live [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/sarapullive/kamskii-bereg-v-sarapul-potianulis-turisty-5d413a9606cc461f05704cfd>