

#### УЧРЕДИТЕЛЬ:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет туризма и сервиса» (Москва).  
Журнал основан в 2007 г.  
Выходит 4 раза в год.

#### ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ

##### О ЖУРНАЛЕ:

DOI: 10.24411/1995-0411

ISSN: 1995-0411

eISSN: 2414-9063

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия (свид-во о регистрации СМИ ПИФС77-31758 от 25.04.2008 г.).

Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК РФ (распоряжение Минобрнауки России № Р-161 от 30.09.2015), в которых могут быть опубликованы основные результаты диссертационных исследований. Включен в наукометрические базы РИНЦ, ERIN PLUS, Google Scholar, UlrichsWeb и др., индексируется в базе данных научной электронной библиотеки eLibrary.ru.

Ссылки на журнал при цитировании обязательны. Редакция не всегда разделяет высказанные авторами публикации мнения, позиции, положения, но предоставляет возможность для научной дискуссии.

#### ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ:

Индекс в объединенном каталоге «Пресса России» – Р81607; через Интернет на сайтах arpk.org, pressa-ff.ru, ural-press.ru, delpress.ru; редакторская подписка: editor@spst-journal.org

#### КОНТАКТЫ:

Адрес редакции: 141221, РФ, Московская обл., Пушкинский р-н, д. п. Черкизово, ул. Главная, 99, к. 1. Тел./факс: (495) 940-83-61, 62, 63, доб. 395; моб. +7(967) 246-35-69  
Web: <http://spst-journal.org>  
e-mail: redkollegiaMGUS@mail.ru, editor@spst-journal.org

#### ОТПЕЧАТАНО:

ИП Копыльцов П.И.  
394052, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Маршала Неделина, д.27 кв. 56  
Тел.: 8 950 7656959  
e-mail: Kopyltsow\_Pavel@mail.ru  
Усл.печ.л. 11,38. Тираж 500 экз.  
Заказ № 1132.

#### ПЕРЕВОД:

Афанасьева А.В. – к.геогр.н., доц.

#### ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Афанасьев О.Е. – Российский государственный университет туризма и сервиса, лауреат Государственной премии Украины в области образования, д.геогр.н., проф.

#### РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александрова А.Ю. – Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Лауреат Премии Правительства Российской Федерации в области туризма, д.геогр.н., проф.

Андраде-Калдито Л. – Университет Эстремадуры (Испания), координатор NETOUR, PhD, проф.

Ванхилл С.Р.Ч. – Лимерикский университет (Ирландия), PhD, адъюнкт-проф.

Влодарчик Б. – Лодзинский университет (Польша), директор Института географии городов и туризма, PhD, проф.

Гладкий А.В. – Киевский национальный торгово-экономический университет (Украина), д.геогр.н., проф.

Диманш Ф. – Университет Райерсона (Канада), директор Школы гостеприимства и туристического менеджмента Теда Роджерса, PhD, проф.

Дуайер Л. – Университет Нового Южного Уэльса (Австралия), PhD, проф.

Иванов С.Х. – Варненский университет менеджмента (Болгария), PhD, проф.

Корстань М.Э. – Университет Палермо (Аргентина), PhD, ст. науч. сотр.

Милева-Боянова С.В. – Софийский университет Святого Климента Охридского (Болгария), PhD, проф.

Мюллер Д. – Университет Умео (Швеция), PhD, проф.

Неделин А.-М. – Сучавский университет им. Стефана чел Маре (Румыния), PhD, доц.

Пулидо-Фернандес Х.И. – Университет Хаэна (Испания), PhD, проф.

Радж Р. – Городской университет Лидса (Великобритания), PhD

Рекоски Р. – Государственный университет Святого Климента Охридского (Македония), д.юрид.н., проф.

Сааринен Я.Ю. – Университет Оулу (Финляндия), вице-президент Международного географического союза (IGU), PhD, проф.

Сафаралиев Г.К. – депутат ГД Федерального Собрания РФ, член-корреспондент РАН, д.физ.-мат.н., проф.

Сигала М. – Университет Южной Австралии (Австралия), PhD, проф.

Теркени Ф. – Университет Эгейского моря (Греция), PhD, проф.

Тюрнер Л.У. – Университет Виктории (Австралия), PhD, проф.-исслед.

Ульянченко Л.А. – Российский государственный университет туризма и сервиса, д.экон.н., проф.

Фу Я.-И. – Индианский университет – Университет Пердью в Индианаполисе (США), PhD, доц.

Холл К.М. – Университет Кентерберри (Новая Зеландия), PhD, проф.

Хью-Августис С. – Государственный университет Болл (США), PhD, проф.

Шовал Н. – Еврейский университет в Иерусалиме (Израиль), Президент Израильской географической ассоциации, PhD, проф.

Шпилько С.П. – Президент Российского Союза Туриндустрии, член Делового совета Всемирной туристической организации (UNWTO), к.экон.н.

#### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Вапнярская О.И. – Российский государственный университет туризма и сервиса, к.экон.н., доц.

Евстропьева О.В. – Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН (Иркутск), к.геогр.н., с.н.с.

Кривошеева Т.М. – Российский государственный университет туризма и сервиса, к.экон.н., доц.

Лагусев Ю.М. – Российский государственный университет туризма и сервиса, д.пед.н., проф.

Морозов М.А. – Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, д.экон.н., проф.

Оборин М.С. – Российский экономический университет им.Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал); Пермский государственный национальный исследовательский университет; Пермский государственный аграрно-технологический университет им. акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ); д.экон.н., проф.

Саранча М.А. – Российский государственный университет туризма и сервиса, д.геогр.н., проф.

#### ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ: Афанасьева А.В. – к.геогр.н., доц.

**PUBLISHER:**

Russian State University  
of Tourism and Service (RF, Moscow).  
Founded in 2007.  
Published 4 issues a year.

**BASIC INFORMATION**

**ABOUT THE JOURNAL:**

DOI: 10.24411/1995-0411  
ISSN: 1995-0411  
eISSN: 2414-9063  
Journal registered by the Federal Service  
for Supervision of Legislation in Mass  
Communications and Cultural Heritage  
Protection, RF  
(Reg. ПИФС 77-21758 issued  
25.04.2008).  
Peer-reviewed journal.  
The journal was included in the list of  
the leading peer-reviewed scientific  
journals recommended by the Higher  
Attestation Commission for publication  
of thesis results.  
The journal is included in the Russian  
Science Citation Index, ERIH PLUS,  
Google Scholar, UlrichsWeb, etc.  
The journal is available in the Scientific  
Electronic Library (<http://elibrary.ru>).  
All rights reserved.  
Citation with reference only.  
Disclaimer: [http://stcc-journal.org/  
index/disclaimer/0-36](http://stcc-journal.org/index/disclaimer/0-36)

**CONTACTS:**

Editorial office: 141221, Russia, Moscow  
region, Pushkino district, village  
Cherkizovo, 99 Glavnaja str., build. 1.  
Tel./fax: +7.495.940 8361, 62, 63, add.  
395; mob. +7.967.246 3569  
Web: <http://stcc-journal.org>  
e-mail: [redkollegiaMGUS@mail.ru](mailto:redkollegiaMGUS@mail.ru),  
[editor@spst-journal.org](mailto:editor@spst-journal.org)

**EXECUTIVE SECRETARY:**

**Alexandra V. Afanasieva**,  
PhD in Geography

**INTERPRETER:**

**Alexandra V. Afanasieva**,  
PhD in Geography

**EDITOR-IN-CHIEF**

**Oleg E. Afanasiev** – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor, Laureate of the State Prize of Ukraine in the sphere of education

**EDITORIAL COUNCIL**

- Anna Yu. Aleksandrova** – Lomonosov Moscow State University (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor  
**Lidia Andrades-Caldito** – University of Extremadura (Spain, Caceres), NeTour Coordinator, PhD in Economics, Professor  
**Frederic Dimanche** – Ryerson University (Canada, Toronto), Director of the Ted Rogers School of Hospitality and Tourism Management, PhD, Professor  
**Larry Dwyer** – University of New South Wales (Australia, Sydney), School of Marketing, Australian Business School, PhD, Professor  
**Yao-Yi Fu** – Indiana University – Purdue University Indianapolis (USA, Indianapolis), PhD, Associate Professor  
**Alexander V. Gladkey** – Kyiv National University of Trade and Economics (Ukraine, Kyiv), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor  
**C. Michael Hall** – University of Canterbury (New Zealand, Christchurch), PhD, Professor  
**Sotiris Hji-Avgoustis** – Ball State University (USA, Muncie, Indiana), PhD, Professor  
**Stanislav H. Ivanov** – Varna University of Management (Bulgaria, Varna), Vice Rector for Academic Affairs and Research, PhD, Professor  
**Maximiliano E. Korstanje** – University of Palermo (Argentina, Buenos Aires), PhD, Senior Researchers  
**Sonia V. Mileva-Bojanova** – Sofia University “St. Kliment Ohridski” (Bulgaria, Sofia), PhD (Dr. Sc.), Professor  
**Dieter K. Müller** – Umea University (Sweden, Umea), PhD, Professor  
**Alexandru-M. Nedelea** – Stefan cel Mare University of Suceava (Romania, Suceava), PhD, Associate Professor  
**Juan I. Pulido-Fernandez** – University of Jaen (Spain, Jaen), PhD, Associate Professor  
**Razaq Raj** – Leeds Beckett University (UK, Leeds), PhD  
**Risto Rechkoski** – State University “Sv. Kliment Ohridski” (FYROM/Macedonia, Bitola, Ohrid), PhD (Dr.Sc.) in Law, Professor  
**Jarkko J. Saarinen** – University of Oulu (Finland, Oulu), Vice-President of the International Geographical Union (IGU), PhD, Professor  
**Gadzhimet K. Safaraliev** – Chairman of the State Duma RF (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.), Professor  
**Noam Shoval** – Hebrew University of Jerusalem (Israel, Jerusalem), PhD, Professor  
**Sergey P. Shpil'ko** – Chairman of Moscow Tourism Committee (RF, Moscow), President of the Russian Union of Travel Industry, member of the Business Council of the World Tourism Organization, PhD in Economics  
**Marianna Sigala** – University of South Australia (Australia, Adelaide), PhD, Professor  
**Theano S. Terkenli** – University of the Aegean (Greece, Mytilene), PhD, Professor  
**Lindsay W. Turner** – Victoria University (Australia, Melbourne), College of Business, PhD, Research Professor  
**Ljudmila A. Ulyanchenko** – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor  
**Stephen R.C. Wanhill** – University of Limerick (Ireland, Limerick), PhD, Adjunct Professor  
**Bogdan Wlodarczyk** – University of Lodz (Poland, Lodz), Director of the Institute of Urban and Tourism, PhD, Professor

**EDITORIAL BOARD**

- Ol'ga I. Vapnyarskaya** – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor  
**Oksana V. Evstropieva** – V.B. Sochaval Institute of Geography SB RAS (RF, Irkutsk), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Senior Researcher  
**Tatiana M. Krivosheeva** – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor  
**Yuriy M. Lagusev** – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Pedagogic, Professor  
**Mikhail A. Morozov** – Financial University under the Government of the Russian Federation (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor  
**Matvey S. Oborin** – Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University; Perm State Agro-Technological University named after Academician D. N. Pryanishnikov (Perm, Russia); PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor  
**Mikhail A. Sarancha** – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor

# Содержание

5	<b>КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА</b> <hr/> <p>Нишевые (редкие) виды туризма: особенности, форматы и тренды</p>
7	<b>ЛОКАЛЬНОЕ В ГЛОБАЛЬНОМ: ФОРМУЛА ТУРИЗМА</b> <hr/> <p><b>Александрова А.Ю., Домбровская В.Е.</b> Применение адаптивного моделирования в исследованиях туристских потоков</p>
21	<p><b>Афанасьева А.В., Афанасьев О.Е.</b> Контексты «экспериментального туризма» в теоретическом и практическом форматах: компаративный анализ, разновидности и тренды</p>
34	<b>РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА</b> <hr/> <p><b>Владимиров Н.М., Кузнецова Н.В., Арпентьева М.Р.</b> Психолого-педагогическое сопровождение нишевого спортивного туризма</p>
49	<p><b>Коньшев Е.В., Герасимов С.В.</b> Туарминг и туристский поход с проверкой туристских навыков как новые формы спортивно-оздоровительного туризма (опыт Кировской области)</p>
61	<p><b>Кружалин В.И., Лукьяненко Е.А., Шабалин А.Д.</b> Кластерный подход в развитии винного туризма в России</p>
70	<p><b>Шарко Е.Р.</b> Будущее нишевого туризма: дайвинг в российских акваториях</p>
81	<b>РЕГИОНАЛЬНЫЕ СТУДИИ ТУРИЗМА</b> <hr/> <p><b>Дунец А.Н., Акимов О.С.</b> Маршруты лечебно-оздоровительного туризма в пространственной структуре курортных территорий Алтайского края</p>
93	<b>НОВЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ</b> <hr/> <p><b>Матова Н.И., Шагаров Л.М.</b> Особенности экологически ответственного поведения туристов на охраняемых природных территориях</p>
107	<b>ЮБИЛЕИ И СОБЫТИЯ</b> <hr/> <p><b>Бейдык А.А.</b> Патриарх теоретической географии и выдающийся российский ходок (к 90-летию со дня рождения Б.Б. Родомана)</p>

# Content

5	<b>EDITOR'S NOTE</b> <hr/>
	Niche (rare) types of tourism: features, formats and trends
	<b>LOCAL IN GLOBAL: FORMULA FOR TOURISM</b> <hr/>
7	<b>Aleksandrova A. Yu., Dombrovskaya V. E.</b> Application of adaptive modeling in tourist flow studies
21	<b>Afanasieva A. V., Afanasiev O. E.</b> Contexts of "experimental tourism" in theoretical and practical formats: Comparative analysis, varieties and trends
	<b>REGIONAL ISSUES OF TOURISM SERVICE</b> <hr/>
34	<b>Vladimirov N. M., Kuznetsova N. V., Arpentyeva M. R.</b> Psychological and pedagogical support of niche sports tourism
49	<b>Konyshv E. V., Gerasimov S. V.</b> Tuarming and camping trip with a check test of tourist skills as new forms of recreational sport tourism (Kirov Region experience)
61	<b>Kruzhalin V. I., Lukyanenko E. A., Shabalín A. D.</b> Cluster approach to the wine tourism development in Russia
70	<b>Sharko E. R.</b> Future of niche tourism: diving in Russian water areas
	<b>REGIONAL TOURISM STUDIES</b> <hr/>
81	<b>Dunets A. N., Akimov O. S.</b> Therapeutic and wellness routes in the spatial structure of the resort territories of Altai Krai
	<b>NEW TOURIST CENTERS</b> <hr/>
93	<b>Matova N. I., Shagarov L. M.</b> Special aspects of environmentally responsible behavior of tourists in protected areas
	<b>ANNIVERSARIES AND EVENTS</b> <hr/>
107	<b>Beydik A. A.</b> Theoretical Geography Patriarch and outstanding Russian Walker (on the 90th birthday of B.B. Rodoman)





УДК 338.48

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10101

**АЛЕКСАНДРОВА Анна Юрьевна**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Москва, РФ)  
доктор географических наук, профессор; [analexan@mail.ru](mailto:analexan@mail.ru)

**ДОМБРОВСКАЯ Вероника Евгеньевна**

Тверской государственный университет (Тверь, РФ)  
кандидат физико-математических наук, доцент; [veronikadom@mail.ru](mailto:veronikadom@mail.ru)

## ПРИМЕНЕНИЕ АДАПТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ

Статья посвящена прогнозированию как одному из направлений специальных научных исследований, позволяющему оценивать перспективы развития туристской деятельности, выявлять основные факторы развития и критерии принятия эффективных управленческих решений. В работе представлен обзор современных методик, используемых в российских и зарубежных научных работах, для получения прогнозов в сфере туризма. Предложен пилотный вариант получения прогноза одного из основных показателей конкурентоспособности туристской дестинации – объема туристских потоков – на основе методики построения адаптивных моделей, которые хорошо зарекомендовали себя применительно к исследованию процессов с неустойчивым характером динамики. Эти модели способны учитывать эволюцию развития исследуемого явления, закономерно и постепенно подстраиваясь под изменяющиеся условия. Туризм, зависящий от большого числа в том числе внешних факторов, часто оказывается в условиях неопределенности, что ярко проиллюстрировала ситуация пандемии, негативно повлиявшая на туристский бизнес. Однако любой кризис, в конечном итоге, приводит к поиску новых возможностей для развития бизнеса, оптимизации управления, стратегическому и тактическому планированию, в которых роль прогнозирования чрезвычайно велика. Кроме того, в пользу адаптивного прогнозирования можно отнести способность учитывать сезонную компоненту, влияние которой на туризм порой является преобладающим. Предлагаемая модель носит универсальный характер и может быть применена к разным типам, видам, формам туризма, в том числе нишевым. В статье модель апробируется на примере массового туризма. В качестве исследуемого туристского объекта взят г. Барселона, на протяжении долгого времени (вплоть до 2019 года включительно) демонстрирующий признаки сверхтуризма, подтвержденные в данной статье с помощью анализа динамики ряда показателей за 2010-2019 гг., взятых с официальных сайтов Испании.

**Ключевые слова:** прогнозирование, адаптивное моделирование, туристские потоки, сверхтуризм.

**Для цитирования:** Александрова А.Ю., Домбровская В.Е. Применение адаптивного моделирования в исследованиях туристских потоков // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 7–20. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10101.

**Дата поступления в редакцию:** 13 января 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 16 февраля 2021 г.

UDC 338.48

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10101

**Anna Yu. ALEKSANDROVA***Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)**PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: analexan@mail.ru***Veronika E. DOMBROVSKAYA***Tver State University (Tver, Russia)**PhD in Physical and Mathematical, Associate Professor; e-mail: veronikadom@mail.ru***APPLICATION OF ADAPTIVE MODELING IN TOURIST FLOW STUDIES**

The article is devoted to forecasting as one of the areas of special scientific research, which makes it possible to assess the development prospects of tourist activities, to identify the main development factors and criteria for making effective management decisions. The article provides an overview of modern methods used in Russian and foreign scientific works to obtain forecasts in the field of tourism. The authors propose pilot version of obtaining a tourist flows forecast, one of the main indicators of the tourist destination competitiveness, based on the method of constructing adaptive models, which have proven themselves well in relation to the study of processes with an unstable nature of dynamics. It is these models are able to consider the evolution of the phenomenon under study, naturally and gradually adjusting to changing conditions. Tourism depending on many external factors, often finds itself in conditions of uncertainty, which was clearly illustrated by the situation of the pandemic negatively affected all areas of the tourism business. However, any crisis ultimately leads to the search for new opportunities for business development, management optimization, strategic and tactical planning, in which the role of forecasting is extremely important. Also, in favor of adaptive forecasting can be attributed the ability to consider the seasonal component that has prevalent impact on tourism. The proposed model is universal and can be applied to different types and forms of tourism, including niche ones. The model is tested using the example of mass tourism, in particular on the case city of Barcelona, which for a long time (up to 2019 inclusive) has been showing signs of overtourism. The dynamics of indicators of tourism development for 2010-2019 from the official websites of Spain confirms it.

**Keywords:** forecasting, adaptive modeling, tourist flows, overtourism.

**Citation:** Aleksandrova, A. Yu., & Dombrovskaya, V. E. (2021). Application of adaptive modeling in tourist flow studies. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 7–20. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10101. (In Russ.).

**Article History**

Received 13 January 2021

Accepted 16 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

## Введение

Одним из знаковых трендов на современном мировом туристском рынке является диверсификация. Возникают новые виды, подвиды, нишевые формы туризма. Этот процесс идет чрезвычайно быстрыми темпами: бердвочинг и «темный» туризм, велнес- и гастрономический, креативный и экстремальный, и т.д. Появившись недавно, каждый из них продолжает делиться. Так, «паранормальный» туризм охватывает такие его разновидности, как «призрачный», «уфологический», «криптозоологический», «парапсихологический» и др. Вместе с тем нельзя не отметить и обратный направленный процесс интеграции. Все очевиднее становится взаимопроникновение разных видов и форм туризма, так что трудно провести жесткие границы между ними. Развиваясь на определенной территории, они могут органично дополнять друг друга, вызывая кумулятивный эффект, либо вступать в конкуренцию, подчас очень острую, за потребителя, экономические ресурсы и пр., порождая новые проблемы [1]. В этой связи особое значение приобретает государственное регулирование туристской деятельности, одной из функций которого является прогнозирование и планирование.

Для всех видов туризма, включая редкие экзотические, стоит задача управления туристскими потоками и, в частности, их прогнозирования. Ее решение требует современного методического аппарата. Однако именно в этой области научных исследований туризма в нашей стране отмечается некоторое отставание. Во многом причина кроется в сложной, многогранной природе самого туризма, его влияния практически на все стороны жизнедеятельности человека и при этом сильной чувствительности к разнообразным воздействиям извне. Методология туристских исследований находится на этапе становления, однако органы государственной власти, бизнес, потребители, заинтересованные в развитии туризма, нуждаются уже сегодня в своевременной, полной и достоверной информации, позволяющей оценивать эффективность проводимых решений, а также объективно судить о перспективах состояния туристской индустрии.

Целью данной статьи является оценка прогностических возможностей адаптивного моделирования в количественном анализе туристских потоков. Предлагаемая модель апробируется на примере одной из наиболее продвинутых городских туристских дестинаций – Барселоне, которая в последнее время столкнулась с проблемой сверхтуризма [3]. Эта проблема не потеряла актуальности даже в условиях глубокого кризиса на мировом туристском рынке, поскольку ее нужно рассматривать шире с акцентом на оптимизацию управления туристским обменом, чему будет способствовать развитие методического аппарата прогнозирования туристских потоков.

Структура статьи включает обзор методик прогнозирования, нашедших отражение в современных туристских российских и зарубежных научных работах, характеристику динамики туристского потока в Барселону за период с 2010 по 2019 гг., а также решение задачи по получению прогноза потока с применением адаптивного моделирования.

## Методологическая основа исследования (обзор подходов)

Согласно Большому энциклопедическому словарю под прогнозированием понимаются специальные научные исследования конкретных перспектив развития какого-либо явления<sup>1</sup>. Методы прогнозирования включают в себя совокупность приемов и процедур, применяемых для разработки прогнозов, которые опираются на анализ данных (в том числе и ретроспективный), а также рассмотрение и измерение внешних и внутренних связей объекта прогнозирования. На настоящий момент разработано большое количество методов, которые можно подразделить по одному из основных признаков – степени формализации - на 2 группы: качественные (эвристические, интуитивные) и фактографические (формализованные). Качественное прогнозирование опирается на суждения и мнения экспертов и применяется либо в случае высокой сложности объекта,

<sup>1</sup> Большой энциклопедический словарь (БЭС) // Сайт «Наука. Искусство. Величие». URL: <http://niv.ru/doc/dictionary/big-encyclopedia/fc/slovar-207-46.htm#zag-52434> (Дата обращения: 12.03.2021).

не поддающегося математическому описанию, либо в случае простоты объекта, не нуждающегося в применении математического аппарата. Формализованные методы позволяют выявить математическую зависимость в поведении процесса, и на ее основании рассчитать перспективные значения. Особое место занимают комбинированные методы, основанные на сочетании подходов и приемов, относящихся к разным классам и подклассам. Таким образом, задача исследователя заключается в выборе оптимального метода прогнозирования изучаемого процесса или явления, применении и оценке точности и достоверности полученного результата.

Применение методов прогнозирования в туризме является одним из актуальных и чрезвычайно важных направлений исследований, так как стратегические и тактические планы развития отрасли должны основываться на анализе тенденций и объективных доказанных перспективах. В большей части российских и зарубежных научных работ в качестве объекта исследования выступает туристский спрос как на рынках внутреннего, так и въездного туризма. В ряде обзорных статей отмечается, что именно переменная прибытия туристов и/или ночевки в коллективных средствах размещения (КСР) по-прежнему является самым популярным показателем величины спроса на туризм [20, 24].

Прогнозирование в этом случае идет либо по пути выявления закономерностей развития временных рядов с учетом сезонности (не-каузальные модели), либо построения многомерных (каузальных эконометрических) моделей, ставящих в зависимость фактор туристского спроса от множества предикторов, формирующих причинно-следственные связи. Довольно распространенным методом для решения данной задачи выступает анализ множественной регрессии. Особый интерес представляет определение набора этих предикторов. Так, в одной из работ в качестве зависимой переменной выступает число туристских прибытий в страны Европы и СНГ (выборка включает 51 страну), а в число объясняющих переменных вошли цена турпродукта, уровень ВВП на душу

населения в принимающей стране, количество объектов ЮНЕСКО, наличие в рассматриваемой стране терактов за последние 5 лет, а также бинарные переменные, показывающие возможность отдельных видов отдыха: пляжного, горнолыжного, экскурсионного [9].

В другой работе список факторов, влияющих на объем туристского потока международного туризма, выглядит иначе [5]. Доход на душу населения рассматривается для страны происхождения туристов. Цена турпродукта исследуется как в принимающем туристском центре, так и в его заместителе. Большое внимание уделяется транспортным тарифам (тарифам авиаперелета в туристский центр и центр-заменитель, а также тарифам наземного транспорта в аналогичном сопоставлении) и обменному курсу валют страны происхождения туристов и принимающей страны. Очевидно, что количество включаемых в исследование влияющих факторов не ограничивается. Это автоматически приводит к появлению задачи отбора признаков, решение которой возможно за счет применения алгоритма наименьших углов LARS, последовательно изменяющего веса предикторов с точки зрения их значимости в рамках модели [19].

Также интересным выглядит сравнение прогностических возможностей линейной многофакторной модели и регрессионно-дифференциальной модели второго порядка, апробированных на данных внутреннего и въездного туризма Турции. Для проверки возможностей прогнозирования применяется метод постпрогноза, заключающийся в расчете реакции системы по модели под влиянием ряда выделенных факторов, на протяжении нескольких последних лет, что позволило установить возможный временной горизонт прогноза [8].

Помимо регрессионных моделей прогноз может быть построен с помощью логистических уравнений динамики роста туристского потока (уравнение Ферхюльста), в основу которых положено предположение о наличии скрытого механизма влияния внутренних свойств потока и роли внешней среды. По мнению ряда авторов, коэффициент роста коррелирует с впечат-

лениями от первого посещения туристской территории, а коэффициент замедления связан с конкуренцией между гостями региона в условиях сверхтуризма [7, 14].

Роль географического местоположения принимающей стороны рассматривается как превалирующая при построении глобальных пространственно-временных авторегрессионных моделей. В них задействованы матрицы пространственных весов, оценивающих территориальную близость/удаленность стран, обменивающихся туристскими потоками [18]. Динамические пространственные панельные модели также оценивают влияние расположения регионов (провинций), в том числе и удаленность от столиц [27].

Особое внимание при составлении прогнозов в туризме уделяется фактору сезонности, под которой понимается устойчиво (регулярно) повторяющаяся характеристика для туристской территории цикличность, связанная с изменением условий пребывания туристов и экскурсантов<sup>2</sup>. Явление сезонности ярко иллюстрируется динамикой уровней временного ряда различных форм и видов туристской деятельности (формирование, ценообразование, продвижение и потребление туристского продукта). Сезонная компонента входит в структуру ряда динамики наряду с трендом (общей тенденцией развития) и случайной составляющей (непрогнозируемой величиной, часто называемой случайной ошибкой). В некоторых случаях выделяются также циклические факторы, имеющие по сравнению с сезонностью больший эффект и отсутствие периодов строго определенной продолжительности. Выделение этих компонент (декомпозиция ряда) является одним из первых этапов анализа. В результате ряды можно описать с помощью аддитивных (сумма компонент), мультипликативных (произведение компонент), либо смешанных моделей (и сумма, и произведение выделенных составляющих ряда). Дальнейшее исследование, как пра-

вило, включает измерение сезонных колебаний (например, методом абсолютных разностей, учитывающих отклонение фактических уровней и уровней, найденных при выявлении тренда), математическое моделирование сезонности и получение прогнозов. В случае, если методика прогнозирования строится на предположении, что параметры сезонных колебаний остаются относительно неизменными, они могут быть описаны с помощью индексов сезонности [4].

Предлагает интерес применение статистических фильтров Ходрика-Прескотта (НР) и Хамильтона для выделения трендовой и сезонной компонент во временных рядах, описывающих динамику туристских потоков. Оба этих метода используют математическое сглаживание временного ряда, но расходятся в основных подходах: так фильтр Ходрика-Прескотта является симметричным (т.е. двусторонним), вследствие чего наблюдается смещение начальных и конечных сглаженных значений. Кроме того, ряд исследователей довольно критично относятся к установленному в рамках метода параметру сглаживания  $\lambda$ , выбор которого не подчиняется строгой формализации. Например, в зависимости от интервала наблюдений  $\lambda$  принимает значение 14400 для месячных колебаний, 1600 для квартальных и 100 для годовых.

Фильтр Хамильтона устраняет некоторые недостатки метода НР. Он является асимметричным (односторонним), что позволяет избежать проблемы смещения конечных значений. Описание долгосрочного тренда осуществляется с помощью модели регрессии, параметры которой находятся с помощью метода наименьших квадратов (МНК). Все это способствует достижению сравнительно высокой эффективности применения данного фильтра, в том числе для коротких временных рядов. Практическое применение этих методов на конкретных данных по туристскому потоку в Австралии (1991 – 2019 гг.) показывает, что имеет смысл сочетание данных подходов для решения различных задач. Так, при оценке экстраполяционного прогноза (прогноза за пределами выборки) наибольшую эффективность показал метод Хамильтона, а

<sup>2</sup> Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года. Распоряжение от 20.09.2019 г. №2129-р. URL: [https://economy.gov.ru/material/file/fb8a4b084460e064e787d6f199dba82e/strategiya\\_razvitiya\\_turizma.pdf](https://economy.gov.ru/material/file/fb8a4b084460e064e787d6f199dba82e/strategiya_razvitiya_turizma.pdf) (Дата обращения: 12.01.2021)

фильтр HP превосходит другие методы при декомпозиции рядов с сезонной корректировкой [13].

Для выявления наиболее характерных черт временного ряда, «освобождения» его от случайной компоненты, применяются методы сглаживания, способствующие «подавлению» короткопериодических составляющих. С этой целью в прогнозировании активно используется модель ETS (метод экспоненциального сглаживания, при котором последующие значения зависят от предыдущих), а также интегрированная модель авторегрессии ARIMA, которая в отличие от предшествующей ей модели ARMA, работает как со стационарными (не меняющими свои характеристики со временем), так и с нестационарными рядами.

В работах зарубежных авторов весьма популярен комбинированный подход к составлению прогноза по заданному объекту несколькими статистическими методами с последующим сопоставлением результатов. Например, в статье исследователей из Китая для прогнозирования объемов туристских потоков в провинции применяются следующие методики: 1) ARIMA, 2) UCM (метод декомпозиции временного ряда на тренд, сезонную, циклическую и случайную компоненты), 3) построение динамической пространственной панельной модели; 4) STARMA (метод пространственно-временного авторегрессионного скользящего среднего). В качестве критериев выбора моделей помимо традиционных критериев статистической значимости применяются AIC (информационный критерий Акаике) и BIC (Байесовский информационный критерий) [27].

Нельзя не отметить, что в настоящее время самым популярным из структурных методов является моделирование на основе искусственных нейронных сетей (ИНС). Нейронная сеть – это математический инструмент, важным достоинством которого является способность к выявлению и обобщению сложных зависимостей между входными и выходными параметрами, на которых и строится возможность получения прогнозов. В последнее время эти модели находят применение в туристских

исследованиях. Существует направление в научном поиске, сопоставляющее результативность статистических прогнозов и прогнозов ИНС. Например, обработка данных, иллюстрирующих туристский спрос – и прибытия, и ночевки – для выборки мировых туристских центров, осуществлялась с помощью ряда методов, относящихся к различным подклассам моделирования: ARIMA, SETAR (авторегрессионное моделирование) и MLP (метод многослойного перцептрона, относящийся к моделям нейронных сетей). Авторы отмечают лучшие прогностические возможности модели ARIMA, доказанные с помощью расчета средней квадратичной ошибки RMSE [16]. При этом многие специалисты, работающие с нейросетями, утверждают, что возможности ИНС в прогнозировании чрезвычайно велики, но для получения качественных результатов необходимы тщательный подбор входных параметров и большие массивы обучающих выборок. К недостаткам ИНС также часто относят «эффект черного ящика» – непрозрачности нейросети, выражающейся в отсутствии понимания происходящих внутри процессов. Для устранения этих проблем в прогнозировании появляются гибридные модели. Авторы одной из таких работ предложили синтез ИНС и методов нечеткой логики, создав интеллектуальную систему ANFIS. Данная комбинация позволяет повысить возможности самообучения ИНС и усовершенствовать прогностические возможности системы за счет методологического инструментария нечеткой логики, хорошо показавшего себя в случае большого числа не всегда очевидных взаимосвязей между разнородными компонентами [11].

В прогнозировании чрезвычайно важным является определение момента времени, называемого временем упреждения или горизонтом прогнозирования, на который необходимо получить прогнозное значение. Исходя из этого временного горизонта, задачи делятся на следующие категории срочности: долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное прогнозирование. Однако необходимо отметить, что в различных научных направлениях приведенная классификация имеет опреде-

ленную специфику – от нескольких часов до периода в десятилетия. В туризме чаще всего в качестве краткосрочного периода рассматривается месяц или сезон, а долгосрочная перспектива – прогноз на несколько лет вперед, но встречаются и задачи однодневного прогноза [25, 10]. Так, в работе, посвященной туристским посещениям двух известных достопримечательностей Китая – национального парка Цзючжайгоу и горной гряды Хуаншань, целью является прогнозирование ежедневного объема числа туристов. Она достигается с помощью применения нейронной сети LSTM, где в качестве основных входных сигналов используются исторические данные о потоках туристов, современная информация по запросам в поисковых системах и характеристики погоды на ближайшее время [12].

По способу представления результатов прогнозы можно подразделить на точечные и интервальные. В последнем случае получают предсказательный интервал, в котором с определенной вероятностью будет реализовано прогнозируемое значение. Модель, показавшая высокую эффективность как в одних, так и в других прогнозах, предложена в работе, рассмотревшей декомпозиционно-ансамблевый подход к прогнозированию туристского потока в Гонконг. Этот метод задействует нейронную сеть Элмана (ENN) для предсказания значений ряда, которые объединяются в точечные прогнозы туристского спроса, выступающие впоследствии в качестве средних для интервальных прогнозов [26].

На основании приведенного обзора можно утверждать, что математический аппарат, применяемый в туристских исследованиях, достаточно многообразен и активно используется для решения многоплановых задач. Однако при всем богатстве подходов к прогнозированию выделение уникальной, превосходящей все прочие во всех ситуациях модели, которая параллельно обеспечивала бы высокую точность получаемого прогноза, учитывала оценку рисков влияния неблагоприятных для туризма событий и проводила бы анализ влияния сезонности, в настоящее время не представляется возможным. Точность полученных прогнозов при применении раз-

личных методик существенно варьируется в зависимости от длины временных рядов, объекта исследования (явления в туризме и исследуемой территории) и др. Повысить уровень моделирования и прогнозирования предлагается за счет комбинирования количественных и качественных подходов [22, 23].

### Результаты исследований и их обсуждение

Как уже указывалось выше, в качестве анализируемого и прогнозируемого показателя уровня развития туризма наибольшее внимание уделяется туристскому потоку. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года под туристским потоком понимается совокупность внутренних и въездных туристов, прибывших на туристскую территорию. К перечню наиболее значимых характеристик туристского потока можно отнести число прибытий (отбытий) и продолжительность пребывания [2]. Кроме того, в Международных рекомендациях по статистике туризма в состав базовой информационной основы включаются сведения об основной цели туристской поездки, виду транспорта, типу размещения, стране/территории постоянного проживания туриста и т.д.<sup>3</sup> Все это позволяет оценить не только количественные показатели (объем) туристского потока, но и его структуру, в основу которой входит дифференциация на туристский и экскурсионный потоки, сегментирование туристов по целям прибытия (культурно-познавательный туризм, деловой, событийный и пр.), по географии (внутренний и въездной) и проч. Очевидно, что особое значение приобретают источники информации, на основании которой строится анализ.

В настоящее время для получения прогнозов в туризме помимо сведений государственной статистики актуальны данные исследований соцсетей (парсинг), а также BigData (к примеру, статистика от мобильных операторов, данные кредитных орга-

<sup>3</sup> Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 г. Руководство по составлению статистики. ООН, Нью-Йорк, 2016. URL: [https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/IRTS%202008%20Compilation%20Guide%20\(R\).pdf](https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/IRTS%202008%20Compilation%20Guide%20(R).pdf) (Дата обращения: 12.01.2021).

низаций, агрегаторы гостиниц и пр.). Например, в основу прогноза спроса могут закладываться намерения посетить тот или иной туристский центр, выявленные на основании регулярных исследований тематических форумов платформы TripAdvisor, либо информация о мобильном роуминге путешественников, либо сведения, полученные с платформ фотохостинга (Flickr), позволяющие экстраполировать текущую информацию для оценки нагрузки на экологические парки и особо охраняемые природные территории [17, 21]. Для оценки точности анализа по возможности необходимо сопоставлять официальные статистические данные и информацию, полученную с помощью BigData [15]. Что же касается официальной статистики, которая функционально охватывает методологический аппарат и инструментарий сбора, обработки и агрегирования данных, то к её недостаткам можно отнести встречающиеся отличия одних и тех же показателей в зависимости от способа получения, точности измерений и источника, публикующего данные. Так, например, для рассмотрения динамики круизного туризма в Барселоне была изучена информация, размещенная на собственном сайте порта Барселоны<sup>4</sup>, и официальном сайте Евростата<sup>5</sup>. Результаты сопоставления данных представлены в табл. 1.

Как видно из табл. 1, большинство расхождений можно объяснить округлением значений, предпринятым Евростатом. Однако различия данных за 2014 г., составляющие почти 17,5%, вряд ли допустимо истолковать таким же образом.

Выбор достоверного источника данных – очень важный, ответственный этап в исследовании. Для решения поставленной в работе задачи информация о динамике туристского потока в Барселону во временном интервале с 2010 по 2019 г. взята с официального сайта Статистического наци-

онального института Испании<sup>6</sup> и сайта порта Барселоны. На рис. 1 и 2 представлена информация по основным характеристикам туристского потока<sup>7</sup>.

*Таблица 1 – Временной ряд динамики пассажиропотока на круизные лайнеры в Барселоне (2010 – 2019 гг.) по данным разных источников*

*Table 1 – Time series of passenger traffic dynamics on cruise liners in Barcelona (2010 - 2019) according to various sources*

Годы	Источники данных динамики круизного туризма (посадка пассажиров на круизные лайнеры в Барселоне, чел)		Евростат, Порт Барселоны, (+/-), %
	Порт Барселоны	Евростат	
2010	632 445	632 000	-0,07
2011	757 883	748 000	-1,30
2012	721 933	723 000	0,15
2013	754 069	754 000	-0,01
2014	615 377	723 000	17,49
2015	684 907	685 000	0,01
2016	773 601	774 000	0,05
2017	720 507	721 000	0,07
2018	834 986	835 000	0,00
2019	877 622	878 000	0,04

Анализ информации по размещению туристов показывает, что в структуре туристского потока явно превалирует доля иностранцев. Динамика показателя ночевок этой категории гостей имеет четко выраженную сезонность и общую тенденцию к росту. Предпочтения туристов в выборе КСР за исследуемый временной интервал были на стороне отелей, хотя примерно пятая часть потока внутреннего туризма останавливалась в кемпингах. Здесь следует принять во внимание существенный недоучет официальной статистикой лиц, размещенных не в КСР, прежде всего в индивидуально арендуемом жилье на короткий срок на онлайн-площадке AirB&B.

Число туристских прибытий в аэропорт Эль-Прат также неизменно растет. Средний темп роста показателей 2019 г. по отношению к 2010 г. составил 183%. Показатели динамики круизного туризма не столь значительны: средний темп роста, рассчитан-

<sup>4</sup> Port de Barcelona. Statistical Data. URL: <http://www.portdebarcelona.cat/en/web/autoritat-portuaria/estadistiques> (Дата обращения: 18.11.2020).

<sup>5</sup> Eurostat. Passengers embarked and disembarked in all ports by direction - annual data. URL: [https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=mar\\_pa\\_aa&lang=en](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=mar_pa_aa&lang=en) (Дата обращения: 12.01.2021).

<sup>6</sup> Instituto Nacional de Estadística. Hotel Occupancy Survey. Travellers and overnight stays by tourist sites. URL: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2078> (Дата обращения: 28.11.2020).

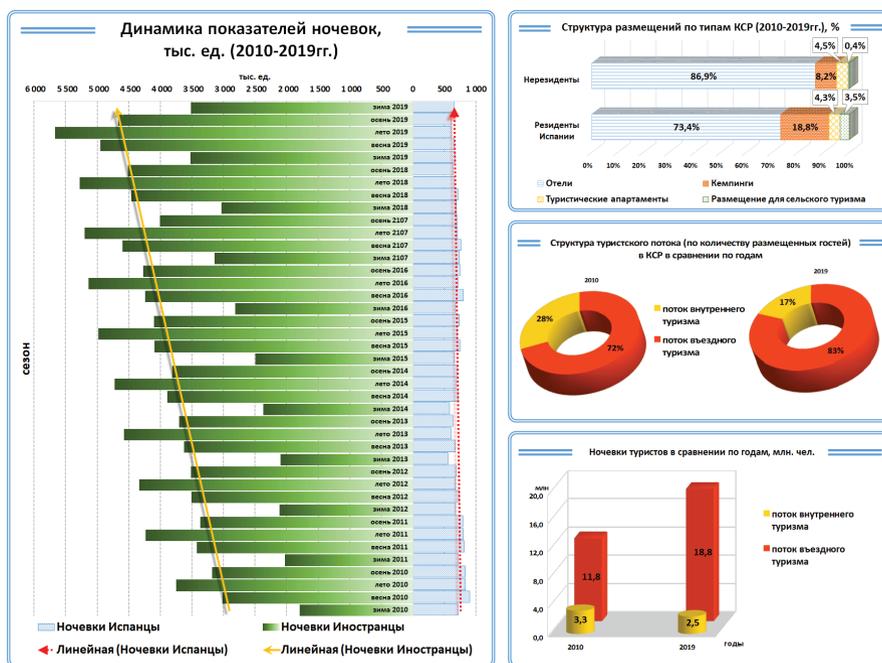


Рис. 1 – Данные по размещениям (ночевкам) в КСР г. Барселона (2010–2019 гг.)

Fig. 1 – Data on accommodation (overnight stays) in DAC Barcelona (2010–2019)



Рис. 2 – Динамика туристских прибытий в аэропорт Эль-Прат и показателей активности круизного туризма в порту г. Барселона (2010–2019 гг.)

Fig. 2 – Trends in tourist arrivals at El Prat airport and indicators of cruise tourism activity in the port of Barcelona (2010–2019)

ный по цепному типу за весь рассматриваемый временной интервал, равен 104%, но в сравнении с 2010 г. число посадок на круизные лайнеры к 2019 г. возросло на 39%.

Все вышесказанное доказывает наличие за рассматриваемый период времени ярко выраженной картины чрезмерной популярности туристской дестинации Барселоны, приведшей к проблемам сверхтуризма. В данном случае показатели туристского потока безусловно представляют интерес для математического моделирования и прогнозирования ситуации. Применительно к решению поставленной задачи предлагается рассмотреть метод адаптивного моделирования, хорошо зарекомендовавший себя при получении прогнозов в условиях неопределенности, являющейся неотъемлемой чертой современного туризма [6]. Выбор именно этого подхода продиктован тем, что он не требует большого объема информации, базируется на исследовании отдельных временных рядов, отражая их текущие свойства и непрерывно учитывая эволюцию динамических характеристик изучаемых процессов<sup>8</sup>. Таким образом метод адаптивного моделирования демонстрирует чрезвычайную гибкость, что важно при исследованиях статистических показателей в туризме, которые представляют собой нестационарные, варьирующиеся ряды.

В качестве основного массива данных был использован временной ряд туристского потока, зафиксированный в аэропорту Эль-Прат. Для выявления сезонности данные ряда были сгруппированы по сезонам года методом суммирования показателей по месяцам. Таким образом, длина ряда сократилась до 40 уровней, а количество фаз в полном сезонном цикле стало равно четырем. Полученный ряд был условно поделен на три части: первые 16 уровней были использованы для построения линейного тренда и выделения сезонной составляющей, следующие 20 уровней – для настройки параметров адаптации, последние 4 уровня использовались в качестве контрольной выборки.

Для построения уравнения тренда по линейному типу был применен ме-

тод наименьших квадратов (МНК). В результате получена трендовая модель  $x_t = 6\,895\,601 + 171\,237,3 \cdot t$ , параметры которой принимаются за начальные значения  $\hat{a}_{1,0}$  и  $\hat{a}_{2,0}$ .

Оценки сезонных составляющих ( $\hat{g}_t$ ) рассчитывались как усредненные значения отклонения тренда от фактических уровней ряда.

В качестве начальных значений параметров адаптации были взяты  $\alpha_1 = \alpha_2 = \alpha_3 = 0,1$ .

Адаптивная настройка при заданных параметрах проводилась на второй группе уровней (с 17 по 36 наблюдения) по формулам:

$$\hat{a}_{1,t} = \alpha_1(y_t - \hat{g}_{t-4}) + (1 - \alpha_1)(\hat{a}_{1,t-1} + \hat{a}_{2,t-1})$$

$$\hat{g}_t = \alpha_2(y_t + \hat{a}_{1,t}) + (1 - \alpha_2)\hat{g}_{t-4}$$

$$\hat{a}_{3,t} = \alpha_3(\hat{a}_{1,t} + \hat{a}_{1,t-1}) + (1 - \alpha_3)\hat{a}_{2,t-1}$$

$$0 < \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3 < 1$$

Проверка адаптивной настройки проводилась для последних четырех уровней (37 – 40) с помощью постпрогнозных расчетов. В табл. 2 представлен фрагмент итоговых расчетов модели.

Оценка постпрогнозных расчетов осуществляется с помощью нахождения относительных ошибок по формуле:

$$\delta = \left( \frac{x_t - \hat{x}_t}{x_t} \right) \cdot 100\%$$

Для полученных прогнозных величин относительные ошибки составили:

$$\delta_{37} = -11,4\%,$$

$$\delta_{38} = -4,4\%,$$

$$\delta_{39} = -1,4\%,$$

$$\delta_{40} = -5,8\%.$$

Меняя параметры адаптации, находим их оптимальную комбинацию для минимизации относительных ошибок. В данном случае оптимальными параметрами оказались  $\alpha_1 = \alpha_2 = \alpha_3 = 0,3$ , при которых ошибки составили:

$$\delta_{37} = -4,1\%,$$

$$\delta_{38} = -2\%,$$

$$\delta_{39} = 0,3\%,$$

$$\delta_{40} = -1,1\%.$$

В результате модель для объема туристского потока в Барселону в окончательном виде может быть записана следующим образом:

$$\text{где } \tau = \overline{1,4}$$

$$g_{33} = -2\,554\,052,$$

<sup>8</sup> Лукашин Ю.П. Адаптивные методы краткосрочного прогнозирования временных рядов. М.: Финансы и статистика, 2003. 416 с.

Таблица 2 – Результаты адаптивного моделирования туристского потока в Барселону за период 2010 – 2019 гг.

Table 2 – The results of adaptive modeling of the tourist flow to Barcelona for the period 2010 - 2019.

	сезон	t	$x_t$	$\hat{x}_t$	$\Delta$	$\alpha_1$	$\alpha_2$	$\alpha_3$		
данные для построения тренда	зима 2010	1	5457419	7066839	-1609419,772	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>		
	весна 2010	2	7028335	7238076	-209741,0691					
	лето 2010	3	8647633	7409313	1238319,634					
	...	...	...	...	...					
						$\hat{g}_t$				
данные для настройки	осень 2013	16	9028660	9635398	-606738,2279	63428,3	$\hat{\alpha}_{1,t}$	$\hat{\alpha}_{2,t}$		
	зима 2014	17	6548943			-1661107	7500970	301476,5		
	весна 2014	18	9275780			288794,7	8252271	436424		
	лето 2014	19	11988064			2215713	9100210	559878,5		
	...	...	...			...	...	...		
	осень 2017	32	12007634			-46247,8	12161081	224261,1		
	зима 2018	33	9286005			-2554052	12178272	162140		
	весна 2018	34	12626461			220876,7	12365161	169564,7		
	лето 2018	35	15125139			2420648	12599193	188905		
	осень 2018	36	12830649	прогноз $\hat{x}_t$		-27600,2	12814738	196896,8	$\tau$	$\frac{ x_t - \hat{x}_t }{x_t}$
контрольная выборка	зима 2019	37	10041360	<b>10457582</b>					1	-4,1%
	весна 2019	38	13171925	<b>13429408</b>					2	-2,0%
	лето 2019	39	15876816	<b>15826077</b>					3	0,3%
	осень 2019	40	13426888	<b>13574725</b>					4	-1,1%

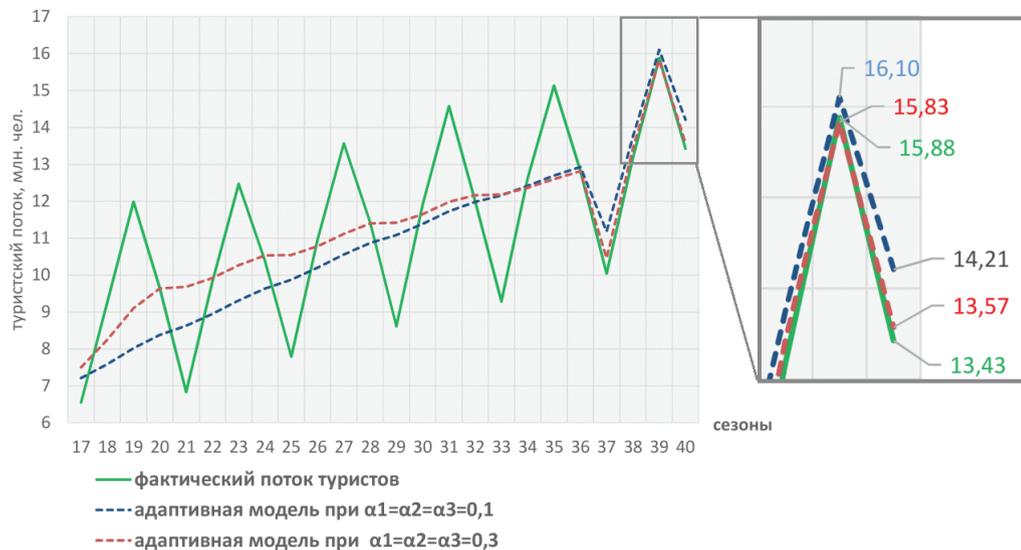


Рис. 3 – Динамика туристского потока в Барселону (фактические и теоретические, полученные в результате моделирования, показатели)

Fig. 3 – The dynamics of the tourist flow to Barcelona (actual and theoretical, obtained as a result of modeling, indicators)

$$\begin{aligned}
 x_{t+\tau} &= 12\,814\,737,99 + 196\,897 \cdot \tau + g_{t-4+\tau} \\
 g_{24} &= 220\,811 \\
 g_{35} &= 2\,420\,648 \\
 g_{36} &= -27\,600.
 \end{aligned}$$

Прогнозные возможности полученной модели проиллюстрированы на рис. 3.

Как видно на графике, отклонения фактических и прогнозных значений минимальны, что доказывает достаточно точ-

ную экстраполяцию динамики моделируемого показателя.

### Заключение

Подводя итог, можно утверждать, что существующие на сегодняшний день многообразные методы прогнозирования с успехом применяются в исследованиях в сфере туризма. Результаты такой работы являются важнейшими элементами управления туристской деятельностью на разных уровнях – от глобальных международных аспектов до решения задач, стоящих перед предприятиями индустрии туризма и гостеприимства. Наиболее часто в качестве прогнозируемого показателя рассматривается объем туристского потока, ярко иллюстрирующий величину потребительского спроса на турпродукты. Однако широкая палитра подходов к получению прогнозов позволяет предсказывать не только количественные, но и качественные критерии успешности политики в направлении развития туризма.

В данной работе предпринята попытка применения адаптивного моделирования и прогнозирования на примере рядов динамики туристского потока в г.

Барселона. Как известно, именно эта методика позволяет получать «самонастраивающиеся» модели, которые способны приспосабливаться к меняющимся внешним условиям. Полученное уравнение, описывающее и учитывающее динамику процесса за весь временной интервал, взятый для изучения, показало довольно высокие прогностические возможности на конкретных данных. Исследование носит пилотный характер и находится на начальной стадии. Авторы планируют работать над дальнейшей адаптацией модели. Также в качестве направления развития работы большой интерес представляет адаптивное многофакторное моделирование. Выявление и отбор факторов, влияющих на объем и структуру туристского потока, оценка степени их влияния на моделируемый показатель, определение наилучшей формы связи и расчет параметров искомой модели – все это позволит более глубоко и детально изучать и прогнозировать числовые характеристики развития туризма.

### Список источников

1. **Александрова А. Ю.** Изменения туристского геопространства в эпоху всеобщей мобильности // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. 2020. №2. С. 3-12.
2. **Александрова А. Ю.** Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.
3. **Александрова А. Ю.** Сверхтуризм и туризмophobia в европейских городах-дестинациях (кейс Барселона) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т.12. №4. С. 56–68. DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10405.
4. **Барчук И.С.** Методы научных исследований в туризме. М.: Издат. центр «Академия», 2008. 224 с.
5. **Гладилин В.А., Гладилин А.В.** Регрессионное моделирование и прогнозирование в туристско-рекреационном комплексе региона // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2016. №8. С. 117-120.
6. **Давнис В.В., Тинякова В.И.** Адаптивные модели: анализ и прогноз в экономических системах. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2006. 380 с.
7. **Жагина С.Н., Низовцев В.А., Светлосанов В.А., Пахомова О.М.** Проблемы развития туризма на территории Европейского Севера России // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: Сб. ст. XII междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2019. С. 101-104.
8. **Затонский А.В., Тугашова Л.Г., Барова А.Е.** Моделирование и прогнозирование развития внутреннего и внешнего туризма в Турции // Прикладная математика и вопросы управления. 2019. №2. С. 135-150. DOI: 10.15593/2499-9873/2019.2.07.
9. **Николаева Т.П., Орешкина Е.С.** Детерминанты спроса на въездной туризм (на примере стран Европы и СНГ) // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №08(69). С. 17-28. DOI: 10.22412/1995-042X-10-8.
10. **Athanasopoulos G., Hyndman R.J.** Modelling and forecasting Australian domestic tourism // Tourism Management. 2008. Vol.29. Iss.1. Pp. 19-31. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.04.009.
11. **Atsalakis G., Atsalaki I., Zopounidis C.** Forecasting the success of a new tourism service by a neuro-fuzzy technique // European Journal of Operational Research. 2018. Vol.268. Iss.2. Pp. 716-727. DOI: 10.1016/j.ejor.2018.01.044.
12. **Bi J.-W., Liu Y., Li H.** Daily tourism volume forecasting for tourist attractions // Annals of Tourism Research. 2020. Vol.83. DOI: 10.1016/j.annals.2020.102923.
13. **Bosupeng M.** Forecasting tourism demand: The Hamilton filter // Annals of Tourism Research. 2019. Vol.79. DOI: 10.1016/j.annals.2019.102823.
14. **Chu F.-L.** Using a logistic growth regression model to forecast the demand for tourism in Las Vegas // Tourism Management Perspectives. 2014. Vol.12. Pp. 62-67. DOI: 10.1016/j.tmp.2014.08.003.
15. **Chun J., Kim C.-K., Kim G. S., Jeong J., Lee W.-K.** Social big data informs spatially explicit management options for national parks with high tourism pressures // Tourism Management. 2020. Vol.81. DOI: 10.1016/j.tour-

man.2020.104136.

16. Claveria O., Torra S. Forecasting tourism demand to Catalonia: Neural networks vs. time series models // *Economic Modelling*. 2014. Vol.36. Pp. 220-228. DOI: 10.1016/j.econmod.2013.09.024.
17. Colladon A.F., Guardabascio B., Innarella R. Using social network and semantic analysis to analyze online travel forums and forecast tourism demand // *Decision Support Systems*. 2019. Vol.123. DOI: 10.1016/j.dss.2019.113075.
18. Jiao X., Li G., Chen J.L. Forecasting international tourism demand: a local spatiotemporal model // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol.83. DOI: 10.1016/j.annals.2020.102937.
19. Lourenco, N., Gouveia, C. M., Rua, A. Forecasting tourism with targeted predictors in a data-rich environment // *Economic Modelling*. 2021. Vol.96. Pp. 445-454. DOI: 10.1016/j.econmod.2020.03.030.
20. Khaidi S.M., Noratikah A., Noryanti M. Tourism demand forecasting – a review on the variables and models // *Journal of Physics: Conference Series*. 2019. DOI: 10.1088/1742-6596/1366/1/012111.
21. Park S., Xu Y., Jiang L., Chen Z., Huang S. Spatial structures of tourism destinations: A trajectory data mining approach leveraging mobile big data // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol.84. DOI: 10.1016/j.annals.2020.102973.
22. Saluveer E., Raun J., Tiru M., Altin L., Kroon J., Snitsarenko T., Aasa A., Silm S. Methodological framework for producing national tourism statistics from mobile positioning data // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol.81. DOI: 10.1016/j.annals.2020.102895.
23. Shen S., Li G., Song H. Combination forecasts of International tourism demand // *Annals of Tourism Research*. 2011. Vol.38. Iss.1. Pp. 72-89. DOI: 10.1016/j.annals.2010.05.003.
24. Song H., Li G. Tourism Demand Modelling and Forecasting: A Review of Recent Research // *Tourism Management*. 2008. Vol.29. Iss.2. Pp. 203-220. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.016.
25. Wan S.K., Song H. Forecasting turning points in tourism growth // *Annals of Tourism Research*. 2018. Vol.72. Pp. 156-167. DOI: 10.1016/j.annals.2018.07.010.
26. Xie G., Qian Y., Wang S. A decomposition-ensemble approach for tourism forecasting // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol.81. DOI: 10.1016/j.annals.2020.102891.
27. Yang Y., Zhang H. Spatial-temporal forecasting of tourism demand // *Annals of Tourism Research*. 2019. Vol.75. Pp. 106-119. DOI: 10.1016/j.annals.2018.12.024.

## References

1. Aleksandrova, A. Yu. (2020). Izmeneniya turistskogo geoprostranstva v jepohu vseobshhej mobil'nosti [Changes in tourist geospace in the era of universal mobility]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 5. Geografija [Bulletin of Moscow University. Series 5. Geography]*, 2, 3-12. (In Russ.).
2. Aleksandrova, A. Yu. (2002). *Mezhdunarodnyj turizm [International tourism]*. Moscow: Aspekt Press. (In Russ.).
3. Aleksandrova, A. Yu. (2018). Sverhturizm i turizmofobija v evropejskih gorodah-destinacijah (kejs Barselony) [Overtourism and tourism phobia in European destination cities (Barcelona case)]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 12(4), 56–68. doi: 10.24411/1995-0411-2018-10405. (In Russ.).
4. Barchukov, I. S. (2008). *Metody nauchnyh issledovanij v turizme: uchebnoe posobie dlja vuzov [Methods of scientific research in tourism: a textbook for universities]*. Moscow: Publishing Center "Academy". (In Russ.).
5. Gladilin, V. A., & Gladilin, A. V. (2016). Regressionnoe modelirovanie i prognozirovanie v turistsko-rekreacionnom komplekse regiona [Regression modeling and forecasting in the tourist and recreational complex of the region]. *Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «Innovacionnaja nauka» [International scientific journal "Innovative Science"]*, 8, 117-120. (In Russ.).
6. Davnis, V. V., & Tinjakova, V. I. (2006). *Adaptivnye modeli: analiz i prognoz v jekonomicheskikh sistemah [Adaptive models: analysis and forecast in economic systems]*. Voronezh: Voronezh State University. (In Russ.).
7. Zhagina, S. N., Nizovtsev, V. A., Svetlosanov, V. A., & Pakhomova, O. M. (2019). Problemy razvitiya turizma na territorii Evropejskogo Severa Rossii [Problems of tourism development in the European North of Russia]. *Innovacionnoe razvitie sovremennoj nauki: problemy, zakonomernosti, perspektivy [Innovative development of modern science: problems, patterns, prospects]*: Collection of articles of the XII international scientific and practical conference. Penza, 101-104. (In Russ.).
8. Zatonskij, A. V., Tugashova, L. G., & Barova, A. E. (2019). Modelirovanie i prognozirovanie razvitiya vnutrennego i vneshnego turizma v Turcii [Modeling and forecasting of domestic and international tourism in Turkey]. *Prikladnaja matematika i voprosy upravlenija [Applied Mathematics and Management Issues]*, 2, 135-150. doi: 10.15593/2499-9873/2019.2.07. (In Russ.).
9. Nikolaeva, T. P., & Oreshkina, E. S. (2016). Determinanty sprosna na v'ezdnoj turizm (na primere stran Evropy i SNG) [Determinants of demand for inbound tourism (on the example of European and CIS countries)]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 10(08), 17-28. doi: 10.22412/1995-042X-10-8. (In Russ.).
10. Athanasopoulos, G., & Hyndman, R. J. (2008). Modelling and forecasting Australian domestic tourism. *Tourism Management*, 29(1), 19-31. doi: 10.1016/j.tourman.2007.04.009.
11. Atsalakis, G., Atsalaki, I., & Zopounidis, C. (2018). Forecasting the success of a new tourism service by a neuro-fuzzy technique. *European Journal of Operational Research*, 268(2), 716-727. doi: 10.1016/j.ejor.2018.01.044.
12. Bi, J.-W., Liu, Y., & Li, H. (2020). Daily tourism volume forecasting for tourist attractions. *Annals of Tourism Research*, 83. doi: 10.1016/j.annals.2020.102923.
13. Bosupeng, M. (2019). Forecasting tourism demand: The Hamilton filter. *Annals of Tourism Research*, 79. doi: 10.1016/j.annals.2019.102823.
14. Chu, F.-L. (2014). Using a logistic growth regression model to forecast the demand for tourism in Las Vegas. *Tourism*

- Management Perspectives*, 12, 62-67. doi: 10.1016/j.tmp.2014.08.003.
15. **Chun, J., Kim, C.-K., Kim, G. S., Jeong, J., & Lee, W.-K.** (2020). Social big data informs spatially explicit management options for national parks with high tourism pressures. *Tourism Management*, 81. doi: 10.1016/j.tourman.2020.104136.
  16. **Claveria, O., & Torra, S.** (2020). Forecasting tourism demand to Catalonia: Neural networks vs. time series models. *Economic Modelling*, 36, 220-228. doi: 10.1016/j.econmod.2013.09.024.
  17. **Colladon, A. F., Guardabascio, B., & Innarella, R.** (2019). Using social network and semantic analysis to analyze online travel forums and forecast tourism demand. *Decision Support Systems*, 123. doi: 10.1016/j.dss.2019.113075.
  18. **Jiao, X., Li, G., & Chen, J. L.** (2020). Forecasting international tourism demand: a local spatiotemporal model. *Annals of Tourism Research*, 83. doi: 10.1016/j.annals.2020.102937.
  19. **Lourenço, N., Gouveia, C. M., & Rua, A.** (2020). Forecasting tourism with targeted predictors in a data-rich environment. *Economic Modelling*, 96, 445-454. doi: 10.1016/j.econmod.2020.03.030.
  20. **Khaidi, S. M., Noratikah, A., & Noryanti, M.** (2019). Tourism demand forecasting – a review on the variables and models. *Journal of Physics: Conference Series*. doi:10.1088/1742-6596/1366/1/012111.
  21. **Park, S., Xu, Y., Jiang, L., Chen, Z., & Huang, S.** (2020). Spatial structures of tourism destinations: A trajectory data mining approach leveraging mobile big data. *Annals of Tourism Research*, 84. doi: 10.1016/j.annals.2020.102973.
  22. **Saluveer, E., Raun, J., Tiru, M., Altin, L., Kroon, J., Snitsarenko, T., Aasa, A., & Siilm, S.** (2020). Methodological framework for producing national tourism statistics from mobile positioning data. *Annals of Tourism Research*, 81. doi: 10.1016/j.annals.2020.102895.
  23. **Shen, S., Li, G., & Song, H.** (2011). Combination forecasts of International tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 72-89. doi: 10.1016/j.annals.2010.05.003.
  24. **Song, H., & Li, G.** (2008). Tourism Demand Modelling and Forecasting: A Review of Recent Research. *Tourism Management*, 29(2), 203-220. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.016.
  25. **Wan, S. K., & Song, H.** (2018). Forecasting turning points in tourism growth. *Annals of Tourism Research*, 72, 156-167. doi: 10.1016/j.annals.2018.07.010.
  26. **Xie, G., Qian, Y., & Wang, S.** (2020). A decomposition-ensemble approach for tourism forecasting. *Annals of Tourism Research*, 81. doi: 10.1016/j.annals.2020.102891.
  27. **Yang, Y., & Zhang, H.** (2019). Spatial-temporal forecasting of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 75, 106-119. doi: 10.1016/j.annals.2018.12.024.

УДК 338.48

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10102

**АФАНАСЬЕВА Александра Владиславовна**

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)  
кандидат географических наук, доцент; slimm\_82@mail.ru*

**АФАНАСЬЕВ Олег Евгеньевич**

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);  
доктор географических наук, профессор; olafn\_dp@mail.ru*

## **КОНТЕКСТЫ «ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ТУРИЗМА» В ТЕОРЕТИЧЕСКОМ И ПРАКТИЧЕСКОМ ФОРМАТАХ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ, РАЗНОВИДНОСТИ И ТРЕНДЫ**

Статья посвящена новому в отечественной науке о туризме понятию, которое достаточно давно употребляется в практической сфере – «экспериментальный туризм». В туризме, который давно стал образом жизни многих людей, на определенном этапе его развития стали появляться продукты с чертами отличия от традиционных – так называемые «антитуристические» форматы – экскурсии и прогулки по непопулярным у туристов тропам и кварталам, посещение известных достопримечательностей с альтернативными целями, выбор нестандартных мест путешествий. Именно этот тип (формат) путешествий, сформулированный в виде нового понятия Джозелом Анри в 1990 г., стал первым проявлением ныне набирающего силу явления персонализации услуг в туризме. В современной зарубежной научной литературе, в отличие от отечественной, это понятие находит своих исследователей – как сторонников, так и критиков. Можно говорить, что на сегодняшний день сформировался достаточно широкий спектр понятий и терминов, которыми описывается многообразие практических форм экспериментального туризма, некоторые из которых рассмотрены в статье. Основным инструментом продвижения этих форм является сеть Интернет, а важнейшей их ценностью провозглашается получение путешественником нестандартного туристского опыта. В статье авторы попытались обобщить существующие виды и предложения по т.н. экспериментальным (альтернативным, трансформационным, интеллектуальным) путешествиям, выделили более их 30 форм, объединенных в 9 типов. В статье также сформулированы 7 ключевых принципов экспериментальных путешествий и обозначен ряд проблем в их позиционировании. В качестве дискуссии и направлений для дальнейших исследований определен тренд на хронологическую трансформацию экспериментальных видов туризма через альтернативные в концептуальные в контексте интенсивного развития «экономики впечатлений». Авторы ставят вопрос о корреляции этого процесса с туристскими мотивами и поведенческими моделями представителей отдельных поколений, что может быть объектом дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** экспериментальный туризм, виды и формы экспериментального туризма, антитуризм, альтернативный туризм, концептуальные тренды в туризме, экспериментальные путешествия, Лаборатория экспериментального туризма (LATOUREX).

**Для цитирования:** Афанасьева А.В., Афанасьев О.Е. Контексты «экспериментального туризма» в теоретическом и практическом форматах: компаративный анализ, разновидности и тренды // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 21–33. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10102.

**Дата поступления в редакцию:** 12 января 2020 г.

**Дата утверждения в печать:** 20 февраля 2021 г.

UDC 338.48

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10102

**Alexandra V. AFANASIEVA***Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia)**PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: slimm\_82@mail.ru***Oleg E. AFANASIEV***Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia)**PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: dneprgeo@gmail.com*

## CONTEXTS OF “EXPERIMENTAL TOURISM” IN THEORETICAL AND PRACTICAL FORMATS: COMPARATIVE ANALYSIS, VARIETIES AND TRENDS

**Abstract.** *The concept of “experimental tourism” has been used for a long time in the practical sphere. But for domestic science it is a new concept. Tourism has become a way of life for many people. But today its development is marked by creation of the so-called “anti-tourist” products that differ from traditional ones, for example excursions and walks along paths and neighborhoods unpopular in tourists, visiting famous attractions for alternative purposes, selection of non-standard travel destinations. It is this type (format) of travel, formulated as a new concept by Joel Henry in 1990, became the first manifestation of the now growing phenomenon of service personalization in tourism. In modern foreign scientific literature, in contrast to domestic, this concept finds its researchers – both supporters and critics. We can say that today a fairly wide range of concepts and terms has been formed, which describe the variety of practical forms of experimental tourism, some of which are considered in the article. The main tool for promoting these forms is the Internet, and their most important value is that the traveler gains a non-standard tourist experience. In the article, the authors try to summarize the existing types and proposals for the so-called. experimental (alternative, transformational, intellectual) travel, identify more than 30 forms, and combine them into 9 types. The article also formulates 7 key principles of experimental travel and outlines a number of problems in their positioning. As a discussion and directions for further research, the authors notice the trend for the chronological transformation of experimental types of tourism through alternative into conceptual ones in the context of the experience economy intensive development. The authors raise the problem of the correlation of this process with tourist motives and behavioral models of representatives of certain generations, which can be the object of further research.*

**Keywords:** *experimental tourism, types and forms of experimental tourism, antitourism, alternative tourism, conceptual trends in tourism, experimental travel, Laboratory of experimental tourism (LATOUREX).*

**Citation:** Afanasieva, A. V., & Afanasiev, O. E. (2021). Contexts of “experimental tourism” in theoretical and practical formats: Comparative analysis, varieties and trends. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 21–33. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10102. (In Russ.).

**Article History**

Received 12 January 2021

Accepted 20 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

**Введение.** Сегодня появляется все больше достопримечательностей, идей для путешествий и туристических предложений, которые позиционируются как не массовый, а даже наоборот – «анти-туристический» – формат путешествий. Экскурсии и прогулки по непопулярным у туристов тропам и кварталам, посещение известных достопримечательностей с альтернативными целями, выбор нестандартных мест путешествий – все это формирует важный тренд в туристской индустрии, который сложившаяся ситуация с пандемией COVID-19 только усилила.

Гостевые проживания и путешествия «по обмену» давно уже не новость для любителей погружения в культуру и общество, сейчас эти направления становятся все более популярными, появляются новые форматы таких путешествий. Например, существуют программы, которые позволяют одновременно выполнять волонтерские функции или помогать с присмотром за детьми или животными, и при этом путешествовать (например, программа Au Pair, позволяющая присматривать за детьми и проживать в семье, движение WWOOF, объединяющее волонтеров и фермерские хозяйства по всему миру, и др.). В Новой Зеландии и Австралии существуют программы для волонтеров, которые присматривают за животными, при этом взамен им предлагается жилье и питание. Влияние, которое оказывают такие путешественники на местные сообщества (расходы, продвижение в соцсетях и пр.), позволяет рассматривать их в качестве индивидуальных туристов.

Пожалуй, наиболее важной системной тенденцией в мировом туризме сегодня является спрос на «экспериментальные путешествия», обычно предназначенные для передачи идеи более захватывающих, местных, аутентичных, приключенческих и / или активных путешествий. Туристы все больше отказываются от пакетных туров в пользу персонифицированного предложения, позволяющего путешествовать лучше, на более глубоком эмоциональном и более личном уровне<sup>1</sup>.

Более того, тренд на аутентичность, особенность туристского опыта начинают осознавать и в отрасли. Наиболее дальновидные туристические бренды стремятся предоставлять такие впечатления, сосредотачиваясь прежде всего на трех вещах: вдохновении, персонализации и пути к самопознанию<sup>1</sup>.

При этом теоретических изысканий, равно как и попыток осмыслить этот накопленный опыт необычных путешествий, не производится. Поэтому целью данной статьи является характеристика заявленного тренда на нестандартные путешествия, их классификация, обоснование термина «экспериментальный туризм», изучение его появления и рассмотрение места экспериментального туризма в современной индустрии туризма и гостеприимства. Поэтому важно рассмотреть различные аспекты этого понятия, бытующие в практике туристской деятельности, а также обосновать термин «экспериментальный туризм» с научной точки зрения и попытаться провести классификацию его направлений.

#### **Исторический обзор формирования понятия «экспериментальный туризм».**

Понятие «экспериментальный туризм» появляется в 1990 году, когда французский журналист Джоэл Анри (Joël Henry) основал Лабораторию экспериментального туризма (LATOUREX)<sup>2</sup> в Страсбурге, своеобразный клуб единомышленников, который был призван сформировать новое направление в философии путешествий. Джоэл Анри предполагал, что LATOUREX не будет ничего продавать – ни услуг, ни продуктов, какими бы востребованными и популярными они ни были, – большинство его идей основано на принципах бесплатного посещения. Джоэл Анри считал, что туристическое путешествие в другую страну – это ее своеобразное открытие для туриста, и это нечто больше, чем простое наблюдение за ее достопримечательностями. Кроме того, посещение так называемых «туристических ловушек» (организованных и обустроенных для ту-

<sup>1</sup> The Rise of Experiential Travel: Skift Report. 2014. URL: <https://skift.com/2014/06/03/launching->

[free-skift-report-the-rise-of-experiential-travel/](http://free-skift-report-the-rise-of-experiential-travel/)

<sup>2</sup> Laboratoire de TOURismeEXpérimental. URL: <http://latourex.org/>

ристов достопримечательностей, районов и т.п.) может быть худшим способом открыть для себя страну, поскольку здесь меньше всего местных жителей, меньше всего традиций и минимум аутентичности [15].

Согласно идее Джоэла Анри, экспериментальный туризм – это такой подход к путешествиям, при котором посетители не посещают обычные туристические достопримечательности (или посещают их необычным способом или с необычной целью), а руководствуются другими способами. Это альтернативная форма туризма, в которой направления выбираются не на основе их стандартных туристических достоинств, а на основе идеи или эксперимента. Экспериментальный туризм базируется на том, что путешествие становится игрой, своего рода экспериментом, в котором путешественник проверяет необычный способ знакомства с пространством и средой, погружения в нее. Игровой характер экспериментальных форм туризма проходит красной нитью через всю концепцию Джоэла Анри.

Первый опыт организации экспериментального туризма состоялся в июле 1990 года, когда участникам было предложено отправиться в одно и то же время в Цюрих, но разными способами для того, чтобы найти друг друга в этом городе. «Никакой регистрации, никаких членских взносов, каждый оплачивает свои расходы на месте и как можно лучше организует встречи с другими возможными участниками. В операции приняли участие семь добровольцев-исследователей, и все они встречались по крайней мере один раз в течение выходных, которые закончились, как и должно быть в любой исследовательской лаборатории, достойной такого названия, «аперитивом» [14]). Это описание как нельзя лучше представляет принципы экспериментального туризма, предполагаемые Джоэлом Анри: нестандартный опыт путешествия, необычная цель, сочетающаяся в себе и перспективу знакомства с новым для участников городом, погружение в процесс, саморефлексия и обсуждение результатов с единомышленниками. Спустя 30 лет некоторые эти

принципы (погружение, нестандартный опыт, саморефлексия и самопогружение) легли в базис «экономики впечатлений», которая на данный момент становится флагманом развития туристско-экскурсионной отрасли. К тому же, многие идеи, предложенные Джоэлом Анри, успешно монетизированы в виде экскурсий и «экспериментальных туров», туристических компаний и даже дестинаций. Кроме того, идеи экспериментальных путешествий становятся инструментом менеджмента туристических потоков и возможностью формирования искусственной туристской мотивации и спроса, которые используются органами местной власти для планирования и территориального развития дестинаций.

В 2005 г. вместе с Рэйчел Антони (Rachael Antony) Д. Анри публикует «The Lonely Planet Guide to Experimental Travel» [12], который становится одним из первых нестандартных путеводителей. Традиционный путеводитель призван стать руководством к путешествию туриста в месте назначения, помочь ему в выборе маршрута через описание достопримечательных мест. «Guide to Experimental Travel» же не содержит привычных описаний, в нем туристу-экспериментатору предлагается гипотеза (идея путешествия), методы ее реализации, необходимые условия и оборудование. И турист-экспериментатор может самостоятельно проверить гипотезу, воспользовавшись методами, приведенными в путеводителе. Также в качестве пояснения к гипотезе авторами дается описание собственного опыта и полученных результатов. На рис. 1 приведена страница из путеводителя, посвященная «аэропортному туризму». Нужно отметить, что идеи «аэропортного туризма» стали актуальными в период пандемии COVID-19 и закрытых границ, когда в некоторых странах Азии были востребованы полеты «в никуда», где основной целью выступал сам процесс полета.

**«Экспериментальный туризм» в современной научной литературе.** Идеи Джоэла Анри, опубликованные в путеводителе «The Lonely Planet Guide to Experimental Travel», могли бы остаться



Рис. 1 – «Аэропортный туризм» – фрагмент путеводителя «The Lonely Planet Guide to Experimental Travel» [12, p. 42-43]

причудливыми концепциями, интересными только избранным любителям необычного чувственного опыта. Однако развитие общества, которое стало уставать от массового туризма и специфики его организации с переполненными дестинациями, утрированными традициями и стандартными сувенирами, определило растущую популярность экспериментального направления туризма. Путешествие само по себе всегда было способом уйти от традиционной, приевшейся реальности, попробовать себя в новой роли, почувствовать себя отличным от других. Развитие социальных сетей дало возможность еще и делиться этим опытом. В итоге популярные направления стали доступны многим, туризм стал способом жизни и препровождения досуга для широких масс, и уже перестал быть определяющим фактором успеха и социальной значимости. Таким образом, это с одной стороны обусловило тенденцию на новые, необычные аттракционы и виды отдыха, а с другой – сформировало особую группу путеше-

ственников, которые, благодаря социальным сетям, задают тренды на них. Так экспериментальный туризм стал реальным феноменологическим трендом, во многом монетизированным, и во многом отличным от той изначальной концепции, которую развивал Джоэл Анри. Однако до сих пор он так и не нашел отражения в научных трудах и обзорах. По своим свойствам экспериментальный туризм, как альтернатива стандартным массовым поездкам, близок к понятию «альтернативный туризм»; эти два термина иногда заменяются синонимами «другой туризм» или «антитуризм».

В зарубежной практике экспериментальные путешествия изучаются некоторыми аналитическими организациями (например, отчеты Skift). S. Robinson [16] полагает, что «экспериментальное путешествие» по своей сути является творческим и таит в себе потенциал превратить любое пространство в часто мимолетное туристическое место, а его предметное поле находится на стыке научных дис-

циплин – культурологии, поведенческой психологии, географии, системы наук о туризме и пр., и в настоящее время нет академической науки, исследующей взаимосвязь туризма и экспериментализма.

Термин «экспериментальный туризм» практически не упоминается в русскоязычном научном контенте. Ближайшим его аналогом, встречаемым в отечественных публикациях, является понятие «альтернативный туризм», поэтому рассмотрим существующие взгляды на последний термин, чтобы понять, связаны ли оба понятия, или это все же разные феномены.

В системе РИНЦ (eLibrary) по запросу «альтернативный туризм» найдено 24911 результата, в системе Google Scholar – 17600. Из них только малая часть посвящена тематике именно альтернативного туризма, в частности, широко изучается проблематика сельского и экологического видов как направления альтернативного туризма (например, [2, 4, 5, 9]). В качестве альтернативного различными авторами часто рассматривается виртуальный, приключенческий и спортивный виды туризма, направления гастротуризма, в частности энотуризм, а также некоторые виды этнического туризма [3, 6, 7, 10]. Также есть ряд публикаций, посвященных рассмотрению собственно понятия «альтернативный туризм» [1, 8]. Большинство авторов сходится в мысли, что альтернативный туризм – это своеобразный антипод массового туризма, который по своей сущности близок, если не тождественен, устойчивому туризму. Согласно ЮНВТО, альтернативным туризмом можно считать все виды туризма, отвечающие идее устойчивого развития, а сам альтернативный туризм – это «планируемая и управляемая форма развития и продвижения туризма, при которой происходит сближение целей и ожиданий культуры туриста и культуры принимающей стороны, что способствует более высокому уровню взаимопонимания, более глубокому восприятию дестинации и более полному удовлетворению туристского интереса»<sup>3</sup>.

Есть и критические взгляды на термин и понимание «альтернативный туризм». В частности, критиками он рассматривается в качестве не более чем модной идеи тех, кто недоволен природой массового туризма [3]. Критики утверждают, что альтернативный туризм не имеет четкого определения, и не понятны критерии и параметры его альтернативности.

Таким образом, можно подвести небольшой итог. Термин «экспериментальный туризм», введенный в оборот в 1990 г. Джозелем Анри, сегодня практически не находит отражения в научной литературе – мы не нашли публикаций на эту тему в русскоязычном контенте, а зарубежные публикации на эту тему единичны. При этом, на практике, экспериментальные формы туризма стремительно развиваются, и называют их по-разному: «анти-туризм», «другой туризм», «альтернативный туризм», «интеллектуальный туризм» и т.п. Это вызывает необходимость более подробного рассмотрения этих практических форм экспериментального туризма.

Практические формы экспериментального туризма. Исходя из выше рассмотренных определений мы видим, что альтернативный туризм часто позиционируется как разновидность устойчивого туризма. На практике он реализуется в широком формате, в частности, можно упомянуть волонтерские поездки с целью помощи местному населению, для реализации программ по охране дикой природы и пр., которые, с одной стороны, действительно являются механизмом устойчивого туризма, с другой – несут в себе явно экспериментальный характер для их участников. Также относительно новым трендом в альтернативном туризме выступает т.наз. «трущобный туризм» – как разновидность городского, он направлен на популяризацию знаний о бедности и мерах борьбы с ней, а вырученные от такой деятельности средства направляются на помощь местным сообществам, дома и районы которых показывают туристам. С другой же стороны, туристы, которые выступают потребителями «трущобных туров», движимы не желанием помочь бедным, а стремлением пощекотать нервы, увидеть отличную

<sup>3</sup> Thesaurus on Tourism and Leisure Activities. Madrid: UNWTO, 2001. P. 283.

от привычной среду проживания человека, почувствовать экстремальные эмоции. Такие туристы устали от традиционных достопримечательностей, они стремятся поэкспериментировать с форматами и объектами своих путешествий. Другим примером могут быть набирающие популярность турпродукты, основанные на технологиях иммерсивности, сторителлинга, легенди-

рования (например, туры с посещением музеев легенд и мифов [11]) и т.п.

Понятия и явления джайлоо-туризма и Indigenous-туризма, которые находятся на стыке этнического и экологического видов туризма, также могут рассматриваться как форма экспериментального туризма. Ведь многие путешественники, которые стремятся прожить в среде коренного на-

Таблица 1 – Примеры экспериментального туризма, описанные в путеводителе «The Lonely Planet Guide to Experimental Travel» [12]

Table 1 – Experiential tourism examples described in the guide «The Lonely Planet Guide to Experimental Travel»

Примеры	Описание
«Альтернативные пути»	Задача – изучить самостоятельно чужой город по альтернативным туристским (а часто и нетуристским) маршрутам
«А-Я туризм»	Маршрут путешествия строится исходя из чередования названий посещаемых объектов так, чтобы названия точек маршрута располагались по алфавиту
Анахронические и футуристические путешествия	Осуществить путешествие с использованием только старинных видов транспорта, или наоборот, – с использованием только экспериментальных, редких видов транспорта
«Нить Ариадны»	Ариадной может быть друг, или знакомый, или знакомый знакомого, у которого турист расспрашивает о самых любимых местах этого человека в данном городе, таким образом получая потенциальный маршрут – «нить»
Автоматическое путешествие	По аналогии с автоматическим письмом – «писать, не думая о том, что пишешь», в данном случае – путешествовать по принципу «куда глаза глядят»
«Бэкпекинг дома»	Путешествие с рюкзаком по домашнему региону (быть как бы туристом для своего домашнего региона)
«Удар бармена»	Маршрут строится по принципу «от бара к бару», начинается с того, что в месте посещения путешественник заходит в любой бар, заказывает любимый напиток и просит рассказать бармена о его любимом напитке и баре, и далее отправляется уже в этот бар и заказывает указанный напиток, и так далее по той же схеме
«Путешествие вслепую»	Путешествовать с завязанными глазами
«Бюджетное путешествие»	Задача – провести время (день, неделю и пр.) в любом туристическом (или не очень) центре с минимальными тратами или не тратя ни единого доллара
«Бюрократическая одиссея»	Путешествие, в котором аттракциями выступают административные здания и учреждения. Необходимо обеспечить себя брошюрами об этих объектах, попробовать «местные деликатесы» – зайти в столовые, выпить кофе из кофемашины, изучить бюрократический язык и пр.
«Поиск соответствий»	Задача – найти изображенную на купюре, открытке, буклете и пр. местность, сделать ее фотографию с такого же ракурса.
«Хромотуризм»	Задача – ходить по улицам наугад и фотографировать все, что отвечает конкретному цвету. Например, легенда путешествия гласит: «Сен-Авольд – голубой город. Он дал свое название полудрагоценному голубому камню – азуриту Сен-Авольда, и долгое время здесь производили берлинскую лазурь». Задача путешественника: бродить по улицам города и фотографировать синие предметы
«Монополия»	Участники, вооруженные местной версией игрового поля «Монополия», исследуют город согласно правилам этой игры
«Эротуризм»	Пара направляется в один и тот же город, но путешествует отдельно друг от друга. Задача – найти друг друга в заданном городе

Таблица 2 – Примеры Интернет-ресурсов, посвященных получению нестандартного туристского опыта

Table 2 – Examples of online resources dedicated to obtaining non-standard tourist experience

Ссылка на ресурс	Описание
<a href="http://transformational.travel">transformational.travel</a>	Transformational Travel Council – общественная организация, которая занимается продвижением альтернативных форм туризма, собирает и представляет опыт организации нестандартных путешествий, осуществляет консультационную помощь
<a href="http://travelcollecting.com">travelcollecting.com</a>	Авторский сайт, который создан с целью накопления и представления опыта, а также организации нестандартных путешествий
<a href="http://thealternativetravelguide.com">thealternativetravelguide.com</a>	Альтернативный онлайн-путеводитель Саши Наслин, представляет авторский опыт путешествий, содержит информацию с советами для туристов, а также идеями по организации альтернативных путешествий
<a href="http://purelifeexperiences.com">purelifeexperiences.com</a>	Платформа, которая собирает кейсы нестандартных путешествий, осуществляет поиск увлекательного, меняющего стандартное восприятие, турпродукта, который вдохновляет путешественников на глубоко личном уровне, вызывая эмоции, в т.ч. с помощью эффектов сторителлинга
<a href="http://nathab.com/conservation">nathab.com/conservation</a>	Nat Hab – это организация, у которой две цели – сохранение дикой природы совместно со Всемирным фондом охраны дикой природы, и организация путешествий для этого. Миссия Nat Hab заключается в организации экотуристской деятельности, доходы от которой идут на поддержку местных сообществ и дикой природы. Сайт содержит информацию о направлениях и формах экотуристской деятельности
<a href="http://experientialstar.com">experientialstar.com</a>	Сайт позиционируемый как бесплатная копилка нестандартного туристского опыта: «Наши участники могут получить доступ к секретным событиям и нерекламируемым обновлениям, которых нет больше нигде, у нас тщательно подобранная подборка лучших развлечений, доступных в мире». При этом пользователи ресурса могут получить помощь в организации понравившегося им путешествия
<a href="http://latourex.org">latourex.org</a>	Сайт Лаборатории Экспериментального туризма Джоэля Анри с описанием идей экспериментального туризма
<a href="http://roadjunky.com/1201/101-experimental-travel-ideas">roadjunky.com/1201/101-experimental-travel-ideas</a>	Блог и копилка идей нестандартного туристского опыта для путешественников

рода, прежде всего, хотят почувствовать необычный опыт, побыть в другой роли, почувствовать, каково это жить максимально тесно с природной средой.

В табл. 1 приведены некоторые примеры экспериментального туризма (их в отдельных случаях можно также рассматривать в качестве организационных форм), которые приводит Д. Анри. Также широкое распространение получают понятия «авторские туры», «авторские экскурсии», в которых приставка «авторский» заявляет о необычности идеи путешествия, о нестандартности услуги или получаемого его участниками туристического опыта / впечатления.

Мы провели глубокий поиск в поисковых системах Google и Yandex, социальных сетях (Facebook, Instagram), платформах для отзывов туристов

(TripAdvisor, Отзовик и пр.) по ключевым словам «альтернативный(ые)» и «экспериментальный(ые)» + «туризм», «туры», «виды туризма». Мы нашли не так много результатов, как ожидалось, хотя и полученные сведения дают возможность сделать определенные выводы. Зафиксировано достаточно много авторских блогов и информационных ресурсов (табл. 2), которые представляют идеи и рекомендации для путешественников, кому приелся традиционный отдых и привычные достопримечательности.

Таким образом, на практике альтернативные виды туризма, которые способствуют устойчивому развитию территории, с точки зрения получения туристского опыта рассматриваются как экспериментальные. Поэтому во всевозможных обзорах, «экспериментальных» путеводителях

и онлайн-ресурсах, альтернативные и экспериментальные виды туризма во многом перемешиваются и рассматриваются как тождественные понятия. Например, «Альтернативный путеводитель» Саши Наслин (Sasha Naslin)<sup>4</sup> не просто представляет собой тревел-блог альтернативных путешествий и дает обзор идей для необычных путешествий, но также рекомендует ресурсы для их реализации (адреса и цены камер хранения, местных ресторанов, экспертов в области изучения языка, необычных экскурсий и гидов и пр.).

На портале TripAdvisor мы нашли несколько предложений от компаний, которые позиционируют себя как «антитуристические», например, «We Hate Tourism» («Мы ненавидим туризм»)<sup>5</sup>. Такие компании предлагают прогуляться по городу «местными, нетуристическими» маршрутами, познакомиться с локациями, популярными у местных жителей, однако в отзывах туристов, которые воспользовались их услугами, в качестве негативных часто фигурируют мнения о том, что это были обычные туры и экскурсии, но по завышенной цене.

Игровой характер и нестандартный опыт выступают движущей силой для новых форматов экскурсионных продуктов – квест-экскурсий, авторских экскурсий, экскурсий по кладбищам, подземельям, подземных переходам и крышам. И также, как с массовым туризмом, авторские экскурсионные продукты выступают антиподом массовым обзорным или стандартным тематическим экскурсиям. Значительную часть полученных результатов составляют именно альтернативные, авторские экскурсии, для которых формируются отдельные площадки – такие, как Tripster. Однако в рамках данной статьи не представляется возможным рассмотреть специфику и проблематику авторских экскурсий как формата концептуальной туристско-экскурсионной деятельности.

В итоге мы попытались обобщить существующие виды и предложения по т.н.

экспериментальным (альтернативным, трансформационным, интеллектуальным) путешествиям, результаты чего представлены в табл. 3.

**Ключевые принципы экспериментальных путешествий.** Исходя из существующих практик экспериментальных туристских продуктов можно обозначить некоторые их ключевые принципы:

1) Аутентичность – настоящее экспериментальное путешествие выходит за рамки поверхностного осмотра достопримечательностей, чтобы сосредоточиться на подлинности и вдохновении;

2) Осознанность – важная черта альтернативного туризма, которая заключается в получении удовольствия и туристского впечатления исходя из глубокого эмоционального отклика на погружение в среду дестинации, и понимания того, что бережное посещение способствует ее устойчивому развитию.

3) Иммерсивность – глубокое погружение в природу, культуру или общество при осуществлении туристической поездки;

4) Активность – чтобы полностью погрузиться в атмосферу, путешественники принимают активное участие, а не просто наблюдают. Они ищут практический опыт, общаются с людьми, которых видят и встречаются, и даже пытаются выучить язык или освоить новые практические навыки;

5) Преобразующий характер путешествия – поскольку опытные путешественники больше интересуются местом, в котором они находятся, они часто получают гораздо более глубокое его понимание и ощущение сочувствия и сопереживания к проблемам общественной и природной среды. Например, они нередко возвращаются из отпуска, где они наблюдали проблемы сохранения вымирающих видов, и начинают работать усерднее (или жертвовать больше), чтобы спасти их. Это изменение мировоззрения трансформирует, превращает отпуск в опыт, изменяющий жизнь;

6) Фокус на местные сообщества – с одной стороны осознанность и иммерсивность экспериментальных путешествий сосредотачивает внимание туриста на местных сообществах, их культуре, социальных проблемах, а с другой – такой

<sup>4</sup> The Alternative Travel Guide by Sasha Naslin. URL: <https://www.thealternativetravelguide.com/>

<sup>5</sup> We Hate Tourism. URL: <https://www.wehateourismtours.com/>

Таблица 3 – Типы и формы (разновидности) экспериментальных туристских продуктов, существующие в современной практике

Tale 3 – Types and forms (varieties) of experimental tourism products existing in modern practice

Тип «экспериментального» путешествия по основному мотиву	Формы экспериментальных путешествий
<p><b>Cultural &amp; Inspiration Experiences</b> Путешествия с целью изучения культуры – погружение в местную культуру через изучение ее особенностей</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Уроки культуры и мастер-классы по изучению местных ремесел, получения традиционных навыков</li> <li>• Работа в местных сообществах, волонтерство (культволонтуризм)</li> <li>• Участие в фестивалях или местных праздниках</li> <li>• Литературные туры, пленэр-туры,</li> <li>• Иммерсивные мероприятия и практики</li> </ul>
<p><b>Taste Experiences</b> Гастрономическое направление – погружение в местную культуру через гастрономию и традиционную кухню</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Уроки и мастер-классы кулинарии</li> <li>• Гастрономические туры и базар-шопинг</li> <li>• Дегустация еды, вин и крафтовых напитков</li> <li>• Участие в гастрономических фестивалях</li> </ul>
<p><b>Adventure Experiences</b> Приключенческий туризм – активный способ взаимодействия с природной средой посещаемого места, погружение в нее</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• «Мягкие» (простые) занятия (подводное плавание с аквалангом, парусный спорт, рафтинг и каякинг, зиплайнинг, пеший туризм, езда на велосипеде и т.п.)</li> <li>• Сложные занятия (спелеотуризм, треккинг, парашютный спорт, категорийные сплавы и т.п.)</li> <li>• Необычные приключения (4WD, глейд скиинг, клуфинг, коастеринг, кэтскиинг, боулдеринг, парахоукинг, хели-ски, свеллинг, раппелинг, скайранинг, бушуолкинг и др.)</li> <li>• «Преследования» штормов и ураганов</li> <li>• Космические приключения (тренировки, полеты на околоземную орбиту)</li> <li>• Военный опыт (милитари-туризм)</li> <li>• Курсы выживания в дикой среде</li> </ul>
<p><b>Sport Experiences</b> Спортивный туризм – способ испытать свои физические силы и прилив адреналина</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Посещение спортивных мероприятий</li> <li>• Участие в спортивных мероприятиях и соревнованиях (например, марафон по Великой Китайской стене)</li> <li>• Участие в автогонках и ралли</li> </ul>
<p><b>Nature &amp; Environment Experiences</b> Этичное взаимодействие с природой и животными в их естественной среде обитания с минимальным воздействием на нее</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Фото-, видео-сафари</li> <li>• Посещение реабилитационных центров животных</li> <li>• Волонтерство (эковолонтуризм)</li> <li>• Анимал- и бердвотчинг</li> </ul>
<p><b>Edutainment Experiences</b> Путешествия с целью образования – получения образовательного опыта через погружение в местную среду (общественную, природную)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Выездные семинары с лекциями, семинарами ученых и экспертов, медийных персон</li> <li>• Мастер-классы по искусству фотографии, живописи и пр.</li> <li>• Языковые курсы с носителями языка</li> <li>• Обучение древним боевым искусствам</li> </ul>
<p><b>Spiritual Experiences</b> Путешествия с целью приобщения к духовным практикам</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Йога-ретриты и медитации</li> <li>• Веллнес-ретриты и лакшери-детокс</li> <li>• Ведические туры</li> <li>• Туры с приобщением к традиционным местным ритуалам и верованиям</li> </ul>
<p><b>Hotel Experiences</b> Путешествия, в которых мотивом является размещение в необычных местах для получения особого туристского впечатления или жизненного опыта</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Посещение традиционного жилья, такого как рёканы в Японии или исторические отели в Индии, проживание в жилищах коренных народов и совместная рудовая деятельность с местными жителями, общинами</li> <li>• Посещение домиков с дизайном, интегрирующим внешнюю среду с внутренней</li> <li>• Посещение т.н. «эмпирических» отелей, предлагающих своим гостям познакомиться с местной культурой, например отель на Гавайях, который предлагает уроки укулеле или хулы для гостей</li> </ul>
<p><b>Glamour &amp; Party Experiences</b> «Гламурные» путешествия – посещения мероприятий для избранных, высокого класса</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Поездки для участия в закрытых вечеринках, посещения балов и пр.</li> <li>• Посещение необычных и VIP-фестивалей</li> </ul>

формат путешествий формирует рабочие места для местных жителей, ведь не имея туристского образования, человек может стать гидом-проводником, представить свое ремесло и умения, заработать на мастер-классе, и пр.;

7) Устойчивость – экспериментальные и альтернативные виды туризма способствуют (стремятся к этому) устойчивому развитию территории, всех ее систем – природной, социокультурной и экономической.

**Проблемы в понимании и позиционировании экспериментальных форм и видов туризма.** С другой стороны очевидно, что перечисленные выше ключевые признаки экспериментальных путешествий очень размыты и часто носят декларативный характер. Анализ существующего опыта нестандартных путешествий показывает, что существует ряд проблем, связанных с пониманием их места в туристической индустрии и роли для развития дестинаций, среди которых наиболее остро выражены следующие:

1) раздутость терминологического «облака тегов» – путаница понятий вследствие множественности терминов, описывающих рассматриваемое явление (альтернативный, интеллектуальный, другой, нестандартный, экспериментальный и пр.) не способствуют его четкой выкристаллизации из многочисленных форм и видов туристских активностей, из-за чего к альтернативным и экспериментальным зачастую относят любые немассовые формы туризма, в том числе VIP-сегмент, эко-туризм и пр.;

2) «экспериментальность» как успешный маркетинговый прием – часто и широко эксплуатируемое понятие «экспериментальный» в приложении к тому или иному туру, форме реализации туристских услуг, нивелирует его исходное понимание, делает его прежде всего успешным, привлекающим внимание и подсознательно создающим у клиента восприятие особенности туристского продукта/услуги маркетинговым приемом;

3) безграничность границ «авторского» и «экспериментального» турпродукта – отсутствие четкого понимания и каких-

либо критериев, устоявшихся признаков таких популярных организационных и содержательных форм туризма, как «авторский» и «экспериментальный», их тождественность в понимании многих специалистов отрасли на фоне различий в их организационной, концептуальной, контентной составляющих;

4) проблема «неустойчивой устойчивости» – ярко выраженное противоречие между декларируемыми принципами и реально наблюдаемыми формами воплощения парадигмы устойчивого развития; наиболее яркой иллюстрацией этого могут быть туристские программы с восхождением на Эверест, позиционируемые как уникальный, доступный далеко не каждому, экотуристский продукт, способствующий сохранению экосистем, но при этом превративший эту гору в самую высокую в мире мусорную свалку с опасными уже даже для самих туристов биопроцессами.

Существуют и иные проблемы как в позиционировании, так и в сущностном содержании форм и видов туризма, часто именуемых альтернативными или экспериментальными. Отсюда вытекает дискуссионность самого их сущностного понимания и места в системе туристских услуг.

**Дискуссия и выводы.** На наш взгляд, сегодня нужно говорить не об экспериментальных видах туризма, так как исходя из анализа существующих взглядов, к экспериментальным относятся отдельные течения крупных традиционных видов туризма (например, йога-ретриты – это течение сакрального туризма, проживание в юрте – это проявление этнического туризма), а о концептуальных трендах в туризме. Концептуальные тренды отражают наличие единой идеи путешествия, реализация которой позволяет максимально полно погрузиться в общественную или природную среду дестинации, являются комплементарными к ней, отражающими любые формы нехищнического, непотребительского, бережливого (а потому нестандартного) отношения к туристским ресурсам, ориентированными на получение путешественником нового, нестандартного и необычного опыта – важнейшей ценности, получаемой туристом в ходе данного конкретного путе-

шествия, и где основное внимание уделяется сдвигу в сторону мейнстрима. В этой связи сама модель организации, производства и реализации туристского продукта и услуги кардинально меняется. Так, согласно мнению аналитиков – авторов отчета «Skift Travel Trends. The Rise of Experiential Travel», сегодня одним из главных трендов является появление турфирм, которые позиционируют себя как «трелвел-дизайнеры»<sup>6</sup> (или иначе – трелвел-режиссеры, трелвел-модераторы, режиссеры туристских эмоций, и пр.), отличие которых от традиционных туристских операторов сводится к деталям технологии производства турпродукта, где главный секрет – в объединении всех элементов, даже самых малых и незначительных, новым, тщательно продуманным образом.

Таким образом, мы можем говорить о том, что понятие «экспериментальный туризм», появившееся сравнительно недавно – в 1990 году – на сегодняшний день через понятия «альтернативный туризм», «анти-туризм», «другой туризм» и т.п., в контексте интенсивного развития «экономики впечатлений», эволюционирует в понятие «концептуального туризма», что выделяется многими аналитиками и экспертами в качестве одного из важнейших отраслевых трендов. Еще более яркому проявлению этого тренда способствовала пандемия коронавируса COVID-19, окончательно закрывшая эру массового стандартизированного туриз-

ма. При этом в российской научной литературе этот процесс не нашел должного места и внимания со стороны как научной, так и отраслевой общественности, несмотря на практически неограниченные ресурсные возможности территории России для реализации и воплощения самых разнообразных форматов «экспериментального туризма». Хотя, как показали результаты наших исследований, сегодня на отечественном рынке туристских продуктов все больше появляется предложений, ориентированных на удовлетворение интереса к приобретению необычного, нетривиального туристского опыта, которые чаще всего именуется «авторскими турами». Также очень тесно этот тренд связан с психологическими, поведенческими, ценностно-мотивационными характеристиками тех поколений, которые являются и становятся преобладающими потребителями туристского продукта. В этом контексте изучение научных основ теории поколений и их корреляционный анализ с туристскими мотивами и поведенческими моделями представителей отдельных из них («поколение неизвестных», или «поколение X» – генераторы явления «экспериментального туризма», «поколение миллениалов» или «поколение Y» – генераторы явления «антитуризма», и «поколение хоумлендеров» или «поколение Z» – генераторы «концептуального туризма»), является одним из перспективных направлений исследований в теории и практике туризма.

#### Список источников

1. **Брасалес Э.Д., Тапиа П.Х., Королева И.С.** Альтернативный туризм как вид устойчивого туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т.6. №2. С. 3-19.
2. **Георгиев Г., Василева М.** Система защищенных территорий в Болгарии и реализация концепции устойчивого и альтернативного туризма // Вестник НГУ. Сер.: Социально-экономические науки. 2010. №3. С. 76-86.
3. **Елохина А.К.** Перспективы и проблемы развития театрального туризма как альтернативного вида туризма на территории Волгоградской области // В сб.: Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сб. науч. тр. 2018. С. 89-93.
4. **Кундиус В.А., Чермянина В.В., Кудинова М.Г., Балашова С.П., Санталова В.Н.** Сельский туризм на Алтае как альтернативный вид деятельности в стратегии диверсификации сельской экономики // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. №9(83). С. 113-119.
5. **Паньковский Г.А.** Альтернативные виды туризма и их развитие в сельской местности Болгарии // Экономика сельского хозяйства. Реферативный журнал. 2005. №1. С. 159.
6. **Сабирзянова И.В.** Сакральность Крыма как фактор развития традиционных и альтернативных видов туризма // В сб.: Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сб. науч. тр. Симферополь, 2016. С. 124-128.
7. **Санкин А.В., Щекинова Г.А.** Управление в сфере туризма: трекинг-туризм как разновидность альтернативного туризма // В сб.: Влияние новой геополитической реальности на государственное управление и развитие Российской Федерации: Мат. Междунар. науч. конф., посв. 80-летию ФГБОУ ВО «Чеченский

<sup>6</sup> Don't Be a Tourist, Be a Traveler with Cohica, the Experiential Travel Planning Service / C. Butten.

URL: <https://www.themanager.com/travel/cohica-experiential-travel/>

- государственный университет». 2018. С. 41-44.
8. **Спорыхина С.Н.** Альтернативный туризм: вопросы терминологии // Научный взгляд в будущее. 2019. Т.2. №15. С. 64-68.
  9. **Турсинбаева К.С., Кубесова Г.Т.** Экологический туризм – альтернативное направление устойчивого развития Республики Казахстан // Bulletin d'EUROTALENT-FIDJIP. 2014. №4. С. 52-56.
  10. **Фоменко Е.В., Ленкова М.И.** Экономические аспекты развития альтернативных видов туризма: опыт зарубежных стран // Вестник Академии знаний. 2019. №1(30). С. 181-185.
  11. **Afanasiev O.E., Afanasieva A.V.** Museums of dark mythologies in the tourist place // *Virtual Traumasces and Exploring the Roots of Dark Tourism*. Hershey, Pennsylvania: IGI Global, 2017. Pp. 26-49. doi: 10.4018/978-1-5225-2750-3.ch002.
  12. **Antony R., Henry J.** *Lonely Planet Guide to Experimental Travel*. Melbourne, Vic.; Oakland, CA: Lonely Planet, 2005. 276 p.
  13. **Cazes G.H.** Alternative tourism – reflections on an ambiguous concept. In: T.V. Singh, H.L. Theuns, F.M. Go Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries. Frankfurt am Main, 1989. Pp. 117-126.
  14. **Cohen E.** Alternative tourism – A critique. In: T.V. Singh, H.L. Theuns, F.M. Go Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries. Frankfurt am Main, 1989. Pp. 127-142.
  15. **Henry J.** Tourisme expérimental: la ville comme terrain de jeu // L'Observatoire. 2016. Vol.2. Iss.48. Pp. 49-51. doi: 10.3917/lobs.048.0049.
  16. **Robinson S.** *Experimental travel: in practice; as performance*: Thesis (Ph.D.). Western Sydney University, 2016.

### References

1. **Brasales, E. D., Tapia, P. H., & Koroleva, I. S.** (2020). Al'ternativnyj turizm kak vid ustojchivogo turizma [Alternative tourism as a type of sustainable tourism]. *Nauchnyj rezul'tat. Tehnologii biznesa i servisa [Scientific result. Business and service technologies]*, 6, 2, 3-19. (In Russ.).
2. **Georgiev, G., & Vasileva, M.** (2010). Sistema zashhishennyh territorij v Bolgarii i realizacija koncepcii ustojchivogo i al'ternativnogo turizma [The system of protected areas in Bulgaria and the implementation of the concept of sustainable and alternative tourism]. *Vestnik NGU. Ser.: Social'no-ekonomicheskie nauki [NSU Bulletin. Ser.: Socio-economic sciences]*, 3, 76-86. (In Russ.).
3. **Elohina, A. K.** (2018). Perspektivy i problemy razvitija teatral'nogo turizma kak al'ternativnogo vida turizma na territorii Volgogradskoj oblasti [Prospects and problems of theater tourism development as an alternative type of tourism in Volgograd region]. *Problemy i perspektivy razvitija turizma v Yuzhnom federal'nom okruge [Problems and prospects of tourism development in the Southern Federal District]*: Coll. of scientific. articles, 89-93. (In Russ.).
4. **Kundius, V. A., Chermjanina, V.V., Kudinova, M. G., Balashova, S. P., & Santalova, V. N.** (2017). Sel'skij turizm na Altae kak al'ternativnyj vid dejatel'nosti v strategii diversifikacii sel'skoj ekonomiki [Rural tourism in Altai as an alternative activity in the strategy of diversifying the rural economy]. *Vestnik Altajskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta [Altai State Agrarian University Bulletin]*, 9(83), 113-119. (In Russ.).
5. **Sabirzjanova, I. V.** (2016). Sakral'nost' Kryma kak faktor razvitija tradicionnyh i al'ternativnyh vidov turizma. *Problemy i perspektivy razvitija turizma v Yuzhnom federal'nom okruge [Problems and prospects of tourism development in the Southern Federal District]*: Coll. of scientific. articles, 124-128. (In Russ.).
6. **Sankin, A. V., Shhekinova, G. A.** (2018). Upravlenie v sfere turizma: trekingovyj turizm kak raznovidnost' al'ternativnogo turizma [Tourism Management: Trekking Tourism as a Variety of Alternative Tourism]. *Vlijanie novej geopoliticheskoj real'nosti na gosudarstvennoe upravlenie i razvitie Rossijskoj Federacii [Impact of the new geopolitical reality on public administration and development of the Russian Federation]*: Coll. of Int. scientific. conf., dedicated to the 80th anniversary of the Chechen State University, 41-44. (In Russ.).
7. **Sporyhina, S. N.** (2019). Al'ternativnyj turizm: voprosy terminologii [Alternative tourism: terminology issues]. *Nauchnyj vzgljad v budushhee [A scientific look into the future]*, 2, 15, 64-68. (In Russ.).
8. **Tursinbaeva, K. S., Kubesova, G. T.** (2014). Ekologicheskij turizm – al'ternativnoe napravlenie ustojchivogo razvitija Respubliki Kazahstan [Ecological tourism - an alternative direction of sustainable development of the Republic of Kazakhstan]. *Bulletin d'EUROTALENT-FIDJIP*, 4, 52-56. (In Russ.).
9. **Fomenko, E. V., & Lenkova, M. I.** (2019). Ekonomicheskie aspekty razvitija al'ternativnyh vidov turizma: opyt zarubezhnyh stran [Economic aspects of the development of alternative types of tourism: the experience of foreign countries]. *Vestnik Akademii znaniy [Academy of Knowledge Bulletin]*, 1(30), 181-185 (In Russ.).
10. **Afanasiev, O. E., Afanasieva, A. V.** (2017). Museums of dark mythologies in the tourist place. *Virtual Traumasces and Exploring the Roots of Dark Tourism*. Hershey, Pennsylvania: IGI Global, 26-49. doi: 10.4018/978-1-5225-2750-3.ch002
11. **Antony, R., & Henry, J.** (2005). *Lonely Planet Guide to Experimental Travel*. Melbourne, Vic.; Oakland, CA: Lonely Planet..
12. **Cazes, G. H.** (1989). Alternative tourism – reflections on an ambiguous concept. In: T.V. Singh, H.L. Theuns, F.M. Go Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries. Frankfurt am Main, 117-126.
13. **Cohen, E.** (1989). Alternative tourism – A critique. In: T.V. Singh, H.L. Theuns, F.M. Go Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries. Frankfurt am Main, 127-142.
14. **Henry, J.** (2016). Tourisme expérimental: la ville comme terrain de jeu. *L'Observatoire*, 2, 48, 49-51. doi: 10.3917/lobs.048.0049.
15. **Robinson, S.** (2016). *Experimental travel: in practice; as performance*: Thesis (Ph.D.). Western Sydney University,

УДК 338.48+159.98

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10103

**ВЛАДИМИРОВ Николай Михайлович**

*Ханты-Мансийская государственная медицинская академия  
(Ханты-Мансийск, ХМАО – Югра, РФ)  
кандидат педагогических наук, доцент; nik.vlad66@mail.ru*

**КУЗНЕЦОВА Наталья Валентиновна**

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, РФ)  
научный сотрудник; ikio@ikio.msu.ru*

**АРПЕНТЬЕВА Мариям Равильевна**

*Центр психологической, педагогической, медицинской и социальной помощи  
«Содействие» (Калуга, РФ)  
доктор психологических наук, доцент; mariam\_rav@mail.ru*

## ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ НИШЕВОГО СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

*Нишевый спортивный туризм – сфера туристики, нацеленная на удовлетворение и развитие спортивной культуры разных групп туристов «специальных спортивных интересов» – с особыми мотивами и целями спортивного туристического путешествия. Нишевые практики спортивного туризма часто относятся к туризму экстремальных видов спорта, командных видов спорта, рекреационно-оздоровительным спортивным поездкам. Сейчас нишевый спортивный туризм функционирует и совершенствуется как отдельная область, способная принести достаточно стабильный и выраженный доход, интерес к ней в сообществах, сталкивающихся с гиподинамией, перенапряжением, процессами телесной деградации и вырождения вследствие злоупотребления цифровыми и биологическими технологиями, вследствие процессов телесной коммодификации и т.д., возрастает. Цель исследования – анализ особенностей спортивного нишевого туризма, исследование специфики процессов психолого-педагогического сопровождения этого вида туризма. Современный спортивный туристический бизнес проходит период реструктуризации и переосмысления: миссия туристического бизнеса как практики психолого-педагогического развития человека является значимым компонентом его функционирования и совершенствования. Нишевый спортивный (спортивно-оздоровительный) туризм имеет многочисленные психолого-педагогические функции профилактики и коррекции телесных, психологических, социальных и нравственных нарушений, он может успешно использоваться для поддержки развития и абилитации человека.*

**Ключевые слова:** спортивный туризм, нишевый туризм, туризм специальных интересов, телесная культура, психолого-педагогическое сопровождение спортивной деятельности, физкультурно-оздоровительная деятельность, психолого-педагогические функции туризма, миссия туристического бизнеса, туристический продукт.

**Для цитирования:** Владимирова Н.М., Кузнецова Н.В., Арпентьева М.Р. Психолого-педагогическое сопровождение нишевого спортивного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 34–48. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10103.

**Дата поступления в редакцию:** 5 января 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 11 февраля 2021 г.

UDC 338.48+159.98

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10103

**Nikolay M. VLADIMIROV**

*Khanty-Mansi State Medical Academy (Khanty-Mansiysk,  
Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Ugra, Russia)*

*PhD in Pedagogy, Associate Professor, e-mail: nik.vlad66@mail.ru*

**Natalya V. KUZNETSOVA**

*Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)*

*Researcher; e-mail: ikio@ikio.msu.ru*

**Mariam R. ARPENTYEVA**

*Center for psychological, pedagogical, medical and social assistance  
"Assistance" (Kaluga, Russia)*

*PhD (Dr.Sc.) in Psychology, Associate Professor, e-mail: mariam\_rav@mail.ru. ORCID  
ID: 0000-0003-3249-4941*

## PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL SUPPORT OF NICHE SPORTS TOURISM

**Annotation.** *Niche sports tourism is a field of tourism aimed at satisfying and developing the sports culture of different groups of tourists with "special sports interests": with special motives and goals of sports tourism travel. Niche sports practices often relate to extreme sports tourism, team sports, recreational sports travel. Nowadays, niche sports tourism functions and is improving as a separate area that can bring a fairly stable and pronounced income, therefore, interest in it in communities facing hypodynamia, overstrain, bodily degradation processes, and degeneration due to the abuse of digital and biological technologies, due to the processes of bodily commodification, etc., increases. The purpose of the research is to analyze the features of sports niche tourism, to study the specifics of the processes of psychological and pedagogical support of this type of tourism. The modern sports tourism business is going through a period of restructuring and rethinking: the mission of the tourism business as a practice of psychological and pedagogical development of a person is a significant component of its functioning and improvement, than economic and other effects, although this is often forgotten. Niche sports, or rather sports and health tourism, has numerous psychological and pedagogical functions for the prevention and correction of bodily, psychological, social and moral disorders; it can be successfully used to support the development and habilitation of a person.*

**Keywords:** *sports tourism, niche tourism, tourism of special interests, bodily culture, psychological and pedagogical support of sports activities, physical culture and health-improving activities, psychological and pedagogical functions of tourism, the mission of the tourism business, a tourist product.*

**Citation:** Vladimirov, N. M., Kuznetsova, N. V., & Arpentyeva, M. R. (2021). Psychological and pedagogical support of niche sports tourism. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 34–48. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10103. (In Russ.).

**Article History**

Received 5 January 2021

Accepted 11 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

**Введение.** Нишевый спортивный туризм – сфера туристики, нацеленная на удовлетворение и развитие спортивной культуры разных группы туристов «специальных спортивных интересов»: с особыми мотивами и целями спортивного туристического путешествия. Нишевый спортивный туризм – значимый раздел и направление развития современной практики и теории спортивной туристики, а также нишевого или альтернативного туризма (alternative tourism, special interest travel) [9; 23; 51-56]. Нишевые практики спортивного часто относятся к туризму экстремальных видов спорта, командных видов спорта, рекреационно-оздоровительным спортивным поездкам. Спортивный туризм, согласно традициям спорта в СССР, все еще достаточно часто определяется также как самостоятельный вид спорта, с целью спортивного совершенствования человека в процессе преодоления естественных препятствий. В середине XX века этот спорт был даже включен в Единую всесоюзную спортивную классификацию. Спортивность включает: успешность преодоления естественных препятствий, использование разного рода тактик и техник преодоления препятствий и достижения цели спортивного путешествия (конца маршрута) и т.д. Однако, это понимание спортивного туризма достаточно узко: спортивные туры – любые путешествия, в которых спортивно-оздоровительная деятельность выступает в качестве ведущей.

В мире спортивный туризм относят к путешествиям, которые включают в себя либо наблюдения, либо участие в спортивном мероприятии, при этом спортивный туризм является быстрорастущим сектором мировой индустрии туризма.

Есть много типологий спортивного туризма. Специалисты полагают, что спортивный туризм может быть разделен на жесткий спортивный туризм и мягкий спортивный туризм, можно также выделить три вида спортивного туризма: 1) туризм спортивных событий, 2) туризм ностальгический, посвященный спортивным знаменитостям и важным событиям в спорте и 3) активный спортивный туризм (Gammon, S., Robinson, T., 2003; Gibson, H.J., 1998) [48; 49].

1. *«Твердый» или событийный спортивный туризм* включает участие множества людей, участвующих в соревновательных мероприятиях. Это часто мероприятия типа Олимпийских игр, Чемпионатов мира и Европы в том или ином виде спорта, Гран-при Формулы 1 и т.п. Большое количество людей заинтересованы в наблюдении за состязаниями величайших спортсменов в ходе самых рейтинговых событий, они гордятся тем, что смогли прикоснуться к ним и удостоверить, посетив места данных событий (во время или хотя бы после соревнований). Его разновидность – ностальгический спортивный туризм включает в себя посещение спортивных залов славы и мест встречи спортивных деятелей. Сейчас спортивный туризм в Соединенных Штатах и многих иных странах мира ориентирован преимущественно на такие, достаточно многочисленные ежегодные события, нацелен на болельщиков и часто является массовым.

2. *«Мягкий» спортивный туризм* предполагает, что турист путешествует для персонального или группового участия в рекреационно-оздоровительных, соревновательно-спортивных, или досуговых мероприятиях. Сюда входят пешие прогулки, катание на лыжах, на байдарках и каноэ и т.д. Одной из распространенных форм мягкого спортивного туризма в Европе и Соединенных Штатах является гольф. В целом этот вид туризма является туризм среднего типа, промежуточным между массовым и нишевым.

3. *Активный спортивный туризм* ориентирован на людей, которые стремятся сами участвовать в спортивных или оздоровительных мероприятиях. Регби-футбол, традиционный футбол, баскетбол и т.д. считаются активными видами спорта для многих людей и также предполагают в разной мере массовые спортивные мероприятия (турниры или фестивали), которые часто проводятся каждый год в большинстве стран мира. Это также скорее массовый или «средний» туризм. к нишевому туризму относится либо спорт-туризм в духе СССР, либо экстремальный туризм. В последние годы, однако, сюда добавляются узкоспециализированные поездки иных

типов, существенно расширяющих и специализирующих туристическую активность.

Активный туризм включает:

1) *пешеходный туризм*, при котором передвижение на туристском маршруте производится в основном пешком, включая преодоление рельефно-ландшафтных препятствий пешком, для высоких категорий сложности – в районах со сложным рельефом и климатическими условиями;

2) *лыжный туризм* – передвижение на туристском маршруте производится в основном на лыжах, включая преодоление рельефно-ландшафтных препятствий по снежному и снежно-ледовому покрову на лыжах, в том числе в условиях особенно суровых климатических зон, в горной и т.д. местности;

3) *горный туризм* включает чаще всего пешие походы в условиях высокогорья, включая прохождение горных перевалов, восхождение на вершины, траверсы горных хребтов;

4) *водный туризм* или сплав по рекам на средствах сплава (судах), чаще всего в горной местности, включает прохождение водных препятствий, образованных рельефом русла реки и особенностями её течения;

5) *спелеотуризм* или путешествия по подземным полостям (пещерам, системам пещер, в том числе частично затопленным водой) с целью преодоления структурных препятствий, встречающихся в пещерах;

6) *парусный туризм* – путешествия на судах под парусом по морю или акваториям больших озёр, реализаций маршрута судна в соответствии с правилами плавания во внутренних водах и в открытом море;

7) *спортивный туризм на различных средствах передвижения* – велосипедный туризм, конный туризм и автмототуризм, включают преодоление на протяженном маршруте рельефно-ландшафтных препятствий (дороги и тропы с различным рельефом и покрытием, вплоть до дорог на грани проезжаемости (проходимости), туристических, скотопрогонных троп и троп миграции животных, броды и переправы, горные перевалы, траверсы и т.д.) в сложных условиях, как правило, в горной или сложной по климату и рельефу сильнопересеченной местности;

8) *фитнес-туризм* – гибрид рекреационного и спортивного туризма, предполагающий занятия фитнесом и связанными с ним видами активности на базе локальной туристической дестинации (отеля и т.п.);

9) *комбинированный туризм* – походы, сочетающие в себе элементы различных видов спортивного и неспортивного туризма.

Сейчас нишевый спортивный туризм функционирует и совершенствуется как отдельная область, способная приносить достаточно стабильный и выраженный доход: спортивная и спортивно-оздоровительная активность является одной из важнейших сфер жизнедеятельности человека, поэтому интерес к ней в сообществах, сталкивающихся с гиподинамией, перенапряжением, процессами телесной деградации и вырождения вследствие злоупотребления цифровыми и биологическими технологиями, вследствие процессов телесной коммодификации и т.д., не угасает, а только возрастает. Многие сферы и интересы клиентов в нишевом спортивном туризме не могут быть массовыми уже потому, что требуют от его организаторов и гидов, от участников и т.д. подчас весьма существенной физической подготовки, значительных финансовых и иных ресурсов, специфического оборудования, включая оборудование туристических баз в виде кемпингов и глэмпингов, пешеходных и иных маршрутов (Меньшиков П.В. и др., 2020) [25]. Традиционные спортивные туры все больше уступают место нишевым. Целями таких туров, помимо спортивно-оздоровительной деятельности является связанные с нею процессы психологического обновления и исцеления, цели испытания себя и обновления представлений о себе, образовательные цели и цели обновления впечатлений о мире, т.д. Туристическое спортивное путешествие часто предстает как полинаправленное оздоровительно-рекреационное (целительское), культурно-образовательное и экстремально-тренировочное путешествие.

**Цель исследования** – анализ особенностей спортивного нишевого туризма, исследование специфики процессов психо-

лого-педагогического сопровождения этого вида туризма.

**Результаты исследования.** Специальные виды туризма стали объектом пристального внимания уже второе десятилетие (Бабкин А.В., 2008; Боголюбов В.С., 2010) [6; 7]. Развитие спортивного нишевого и массового туризма за рубежом и в России идет по-разному, но довольно активно и там, и там (Волков А.В., Черемшанов С.В., 2012; Востоков И., 2019; Даянова М.А., Коробейникова Е.И., Лахина О.В., 2018; Зорина Г.И., Ильина Е.И., Мошняга Е.В. и др., 2002; Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Агаев Н.Ф., 2016) [10; 11; 13; 14; 18]. В России его развитие ограничено отсутствием поддержки со стороны государства и раздробленностью практик и отсутствием обобщающих теорий спортивного туризма, за рубежом – пониманием спортивного туризма именно как туризма, сферы бизнеса, а не сферы спорта и т.д. Однако, это смещение фокуса осмысления спортивного туризма не настолько деструктивно, как недостаточное внимание к спортивному туризму в России. Практики и теоретики соотносят становление и развитие нишевого спортивного туризма как со зрелостью туристического рынка, так и с кризисом сообществ, порождающих особый запрос на достижение состояний аутентичности и транспарентности, гармонии и целостности внутри человека и в его отношениях с миром. И. Востоков (2019), один из ведущих специалистов России по спортивному туризму, отмечает, что необходимы усилия развитию и массовой, и элитарной части спортивного туризма, согласование «пирамид роста» разных форматов и типов спортивно-оздоровительного туризма: спортивный туризм, активный туризм за деньги, семейный туризм, «дикий» туризм, туризм для инвалидов и иные виды и типы [11; 44].

В целом, проблемы развития, теории и практики спортивного туризма многочисленны, многие из них изучены и изучаются в рамках массового и «среднего» спортивного туризма (Биржаков М.Б., Федотова Ю.Н., Бабкин А.В., Гятов Т., Воликов А.П. и др.), многие – в рамках нишевой туристики в целом [55]. Однако, исследования психо-

лого-педагогических аспектов туризма, весьма ограничены и малочисленны, большинство работ озабочено изучением влияния туризма на формирование и развитие личности и туристской группы /коллектива, а также поддержание благоприятного для туризма психологического климата при проведении походов (от детско-юношеских до походов повышенной сложности) и полевых экспедиций.

Спортивный туризм рассматривается как вид спорта и направление туристической деятельности (Овчинников Ю.Д., Талызов С.Н., 2017) [27]. В настоящее время довольно активно изучаются проблемы педагогика и психологии туристско-краеведческой деятельности учащихся (Остапец А.А., 2001; Пилат И.Н., 1971 и др.) [28; 29; 31; 32]. Э.Э. Линчевский изучал психологические аспекты спортивных туристских походов, начиная от мотивации участников и заканчивая разрешением конфликтных ситуаций (Наровлянская М.Д., 2014) [19; 20; 26]. Исследуется влияние занятия спортивным туризмом на развитие личности и отношений школьников (Бондаренко А.В., Бондаренко Г.В., 2015; Иванов А., 2016; Лопатинская В.В., 2007; Троценко Т.Ю., 2009) [8; 16; 22; 41], включая отношения ценностно-смысловые. Особенности занятий спортивным туризмом в вузе [36] к сожалению, стали предметом совсем немногих исследователей (Роleder Л.Н., 2016), в основном – в рамках проблем подготовки кадров для туристики. Важными проблемами современные исследователи полагают профессионально-спортивную подготовку студентов – будущих учителей, психологов и т.д., – по спортивно-оздоровительному туризму, в рамках основного и дополнительного образования (Алексеева О.В., 2012; Смирнов Д.В., 2012) [1; 32; 39].

В.Г. Липинак и С.В. Захаров исследовали воздействие туризма на формирование и развитие интересов учащихся [20; 28], А.А. Остапец, Т.Ю. Троценко, В.В. Лопатинская и И.Н. Пилат – на развитие нравственных основ их жизни и личность в целом [22; 29; 30; 31; 34].

Проблемы социально-психологической подготовки туристов рассматривала Л.Ю. Юркина [46]. Однако это работы –

преимущественно педагогические. Психологическая подготовка спортсменов по спортивному туризму как отдельная проблема изучается все еще недостаточно (Подчуфаров П.А., 2018; Юркина Л.Ю., 1998) [33; 46]. В психологии интересна работа В.Л. Марищук в отношении проблем психодиагностики в спорте, и исследования, изучающие предстартовые и послестартовые состояния и методы управления ими и т.д. [24], работы М.Р. Арпентьевой и Л.Г. Уляевой, их коллег [2; 4; 5; 43; 45] по разработке комплексных систем сопровождения телесного развития человека. Вопросы организации психологического сопровождения отражены в современных публикациях в основном частично, все еще не создано классификации специфических форм и методов такой работы, отсутствуют развернутые методические рекомендации и пособия по их внедрению. Но существующие попытки комплексных моделей психологического сопровождения в спорте, рекреационно-оздоровительной и лечебной практиках (Арпентьева М.Р., **Баженова Н.Г.**, 2019 ; Аршинова В.В. и др., 2019; Ловягина А.Е. , 2012; Наровлянская М.Д., 2014; Сивицкий В.Г., 2006; Уляева Л.Г., 2020; Уляева Л.Г., и др. , 2020 ; Шевырева Е.Г., Петров А.В., Петрова О.В., 2020 ) [4; 5; 21; 26; 38; 40; 42; 43; 45], можно считать весьма интересными и перспективными и в теоретическом, и в эмпирическом смысле. Исследователи формируют системы знаний в области психопедагогики и психологии спорта (Горбунов Г.Д., 2007 ; Ильин Е.П. , 2014; Линчевский Э.Э., Федотов Ю.Н., 2008; Роголѣва Л., Малкин В., 2015; Родионов В.А., 2014; Сафонов В., 2017) [12; 17; 19; 34; 35; 37], разрабатывают модели и методики психодиагностики в спорте (Марищук В.Л., Блудов Ю.М., 1990) [24]. Описываются базовые принципы-метатехнологии спортивного психологического консультирования (Арпентьева М.Р., 2019), в том числе в контексте тревел-психотерапии (психотерапевтического туризма) (Арпентьева М.Р., 2020) [2; 3]. Однако, в большей части работ психолого-педагогическое сопровождение спортсменов рассматривается часто лишь как условие продуктивного преодоления стресса в условиях спортивной и туристической

ческой деятельности (Пашута В.Л., Никольская А.С., 2017), более широкие проблемы и развивающие возможности спортивной туристики не раскрываются [30]. Поэтому, к сожалению, до обобщающей модели в данной области еще далеко, даже проблемы психолого-педагогического сопровождения спорта и физической культуры (ЛФК и т.д.) остаются недостаточно изученными. Данная статья – одна из попыток прояснить наиболее актуальные вопросы, встающие перед исследователями и практиками спортивного туризма специальных интересов.

Многие педагоги и психологи, работающие в сфере физической культуры и спорта, знают, что успех тренировок и достижения в спорте и оздоровлении тесно связаны с психологическими и образовательными аспектами в жизни спортсмена или занимающегося (ЛФК и т.п.). Как мотив спортивной туристической деятельности психолого-педагогические изменения в жизни человека отражают переход на новую стадию спортивной карьеры в туризме и в целом, новый уровень телесно-физической культуры человека. Эта стадия предполагает активную психолого-педагогическую проработку опыта спортивно-оздоровительного путешествия с целью достижения состояния «организмической целостности» или (более или менее) полноценного функционирования [2; 3]. Современный спортивный туристический бизнес проходит период реструктуризации и переосмысления: миссия туристического бизнеса как практики психолого-педагогического развития человека является значимым компонентом его функционирования и совершенствования, чем экономические и иные эффекты, хотя об этом часто забывают. Нишевый спортивный, а точнее спортивно-оздоровительный туризм имеет многочисленные психолого-педагогические функции профилактики и коррекции телесных, психологических, социальных и нравственных нарушений, он может успешно использоваться для поддержки развития и абилитации человека.

Спортивный нишевый туризм в кратком определении можно представить как узкоцелевой туризм, основным содержа-

нием которого является спортивная деятельность, а туристы в нем – группа спортсменов, предпринимających спортивное путешествие с четко определенной целью, связанной со специфическими потребностями, в том числе подготовка к соревнованиям, развитие «командного духа» и сплоченности спортивной команды, решение проблем межличностных отношений в команде, отработка сложных компетенций, необходимых для совершенствования в спорте, активный отдых после соревнований и т.д. В более широком смысле сюда входит спортивно-оздоровительный, оздоровительно-рекреационный туризм, туризм испытаний и преодоления (экстремальный) и т.д.

Часто экстремальным называют включающей поездки в опасные места (горы, джунгли, пустыни, пещеры, каньоны и т.д.) или участие в опасных событиях. посещение опасных для жизни «достопримечательностей» и адреналиновые перегрузки, связанные с элементами риска, объединяют разные группы экстремальных туристов. Отличия же этой группы туристов – по мере вовлеченности и профессионализма. Поэтому в целом, под экстремальным («шок-туризмом») обычно подразумевают не только спортивный, сколько иной туризм: связанный с отказом от новейших электронных и механических приспособлений, помогающих выжить (GPS и другие навигаторы, огнестрельное и иное оружие, кроме ножа), от комфорта и защищенности, направленный на испытание себя и мира. «Выживальщик» (так обычно называется человек, занимающийся экстремальным туризмом) берёт с собой только самые древние и необходимые вещи: нож, флягу, спички или кремьен. Выживальщик должен иметь компетенции в сфере выживания в дикой природе и т.д. Наиболее частыми примерами такого экстремального туризма являются: туры в Чернобыль (Украина), туры на Дорогу смерти (Боливия), туры в Сак Актун (Мексика), туры в Пещеру Ласточек (Мексика), путешествия к Бассейну дьявола в водопаде Виктория (Замбия и Зимбабве), к горе Хуа (Китай), в Зеленую зону (Багдад, Ирак), к полюсам холода (Оймякон, Якутия, Сибирь) и т.д.

Интересный пример выживания – автостоп – бесплатное передвижение на попутном транспорте с согласия водителя. Сюда же можно отнести легководство – направление в туризме, отличительной чертой которого является максимальное снижение веса снаряжения, без угрозы безопасности. Сейчас оно нередко называется бэкпэкингом (backpacking), – путешествия, совершаемые туристом (бэкпэкером) за небольшие деньги, чаще всего отказываясь от услуг туроператоров. В России есть название – аналог такого типа туристов – «рюкзачник». Часто к экстремальным относят альпинизм – вид спорта и активного отдыха, целью которого является восхождение на вершины гор, включающий преодоление препятствий, создаваемых природой (высота, рельеф, погода), на пути к вершине. Сейчас развивается и роуп-джампинг – экстремальный вид спорта, прыжки с верёвкой с высокого объекта при помощи сложной системы амортизации из альпинистских веревок и снаряжения. В группу экстремальных часто относят и дайвинг – подводное плавание со специальным снаряжением, и каякинг как один из видов водного туризма, спорта или активного отдыха на воде с использованием судна, которое называется каяк. Рафтинг – спортивный сплав по горным рекам и искусственным гребным каналам на надувных судах (рафтах). Иногда к экстремальному относят и трещинный туризм, если субъект действует самостоятельно или с минимальным сопровождением. Трещинный и индустриальный туризм нередко включают в себя спелеотуризм. В городе практикуются разные виды городской разведки, в том числе «городская спелеология, городское скалолазание, взлом зданий или муссирование и т.д. (urban exploration / UE / urbex / roof-and-tunnel hacking, а также urban spelunking, urban rock climbing, urban caving, building hacking / mousing). Обычно посещаются парки развлечений, зерновые элеваторы, заводы, электростанции, ракетные бункеры, пещеры, катакомбы и каверны, приюты, больницы, убежища, школы, дома для бедных и людей БОМЖ, санатории и т.д. иногда практикуется «инфильтрация» как исследование активных структур

города, закрытых для посторонних. Интересен кавинг («профессионального» saving или potholing, и «непрофессионального» spelunking) – рекреационное пребывание для изучения диких пещерных систем (в отличие от шоу пещер), обычно осуществляется для активного отдыха или для физических упражнений, а также для проведения оригинальных исследований, похожих на альпинистские или дайвинговые. Очень популярен джунглевый или лесной туризм – разновидность приключенческого туризма и туризм «охоты за штормом» (storm chasing) и т.п. Охотник за штормом, ураганом, затмением и т.д. (storm chaser, or chaser) делает это по нескольким причинам, и, конечно, это весьма специфические причины и мотивы туризма (Clary M., 1983; Olivier St., 2006) [47; 50].

Помимо экстремального популярны фитнес-туры, выступающие хорошей альтернативой пассивному отдыху, сочетая пилатес и/или аквааэробику, занятия славянскими или восточными единоборствами, посещение лекций по основам рационального питания и само рациональное питание, экскурсии, дискотеки и дружеские вечера. В фитнес-туре уровень спортивной подготовки практически малозначителен, для каждого отдыхающего создается своя программа, свои – индивидуальные нагрузки, оптимальный рацион питания в соответствии с индивидуальными особенностями и предпочтениями туриста. Часто организация фитнес-тура является результатом сотрудничества фитнес-клуба и туристической компании.

И.В. Востоков (2019) полагает, что спортивный туризм можно рассматривать как уникальную, комплексную практику духовно-нравственного и психо-физического воспитания, практику оздоровления населения, требующей минимальных вложений со стороны государства и туристов [11; 44]. При этом спортивный туризм развивает наиболее важные свойства человека, включая патриотизм и любовь к Родине, воспитание моральных качеств, стойкости и выдержки, силы воли и мужества, смелости и готовности активно справляться с трудностями. Он также предполагает воспитание коллективизма, взаимовыручки и ответственности, лидерства, активной

жизненной позиции. Спортивный туризм развивает любовь к природе, и компетенции в сфере экологии и краеведения. Это активная технология воздействия на социально незащищенные и проблемные группы: наркоманов и алкоголиков, детей-сирот и одиноких взрослых, трудных детей, подростков и деликвентных взрослых, членов неимущих, безработных и т.д. семей. Туризм также может помогать нравственной, социальной, психологической и физической абилитации и реабилитации инвалидов, адаптации к сложным, кризисным, проблемным ситуациям и стрессовым перегрузкам. Он может снижать межнациональную напряженность, повышать сплоченность и служить народной дипломатии. Доступность занятий спортивно-оздоровительным туризмом дает возможность почувствовать свободу путешествовать, развиваться, чувствовать себя полноценным в обществе, повышая качество жизни людей. Туризм развивает большее число жизненных навыков и создает предпосылки для возрождения популярных туристских районов – размещения дестинаций (Карелия, Урал, Алтайский край, Бурятия, Прибайкалье, Камчатка, Курильские острова и т.д.). Выбор такого вида отдыха связан в любом случае с особой мотивацией, направленной на формирование и развитие телесно-физической культуры, культуры спорта и рекреации и т.д. Особая мотивация требует и особого сопровождения, в случае нишевого туризма – это часто психолого-педагогическое сопровождение туристов-спортсменов и т.д.

Психолого-педагогическое сопровождение в спорте предполагает многоэтапное содействие спортивной карьере человека, поддержка в достижении оптимальных для данного спортсмена как личности, партнера и профессионала результатов и (вос)создании благоприятных условий для его профессионального, межличностного и личностного развития, и осуществляться. Она включает создание психолого-педагогических условий для успешности жизни и развития индивида и группы в спорте и сопутствующих областях жизни спортивного туриста /спортсмена / «выживателя» / «болельщика» и т.д. Это комплекс или система

общих и частных технологий психологической помощи туриста-спортсмена, а также особенности их применения на каждом этапе спортивно-туристической деятельности.

Психолого-педагогическое сопровождение в туризме призвано помочь педагогам и гидам, туристам и т.д. обеспечить индивидуальный подход, в том числе и для людей с ОВЗ (с особыми потребностями), активизировать и опробовать способности и возможности каждого туриста, преодолеть блокады развития и ограничения, разрешить возникающие по ходу маршрута путешествия проблемы, конфликты и т.д. Так, в рамках сопровождения гид или проводник может получить консультацию по работе как с конкретной группой (командой), так и с отдельными туристами (спортсменами), получить информацию по конкретным проблемам и ситуациям, раскрыть для себя формы и методы работы, наиболее соответствующие индивидуальным особенностям конкретных туристов. Туристы в рамках сопровождения могут получить профессиональную психологическую и педагогическую помощь в осмыслении и разрешении своих проблем как относительно спортивно-оздоровительного процесса (например, проблемы в освоении отдельных знаний и умений), так и взаимоотношений с другими туристами, а иногда с гидом и сопровождающими процесс. Также в рамках сопровождения могут

быть разрешены вопросы гармонизации предстартовых и послестартовых состояний спортсменов, управления психологическими состояниями, страхами и депрессией, и т.п.

В.Г. Сивицкий и иные исследователи выделяют следующие виды деятельности специалиста сопровождения [38; 43]:

1) оценка текущего уровня психологической и физической подготовленности (базовая психодиагностика);

2) разработка индивидуальной программы сопровождения (программирование психологической подготовки);

3) организация обратной связи о состоянии спортсмена или туриста (мониторинг и оперативная диагностика);

4) применение при необходимости дополнительных мероприятий (коррекция программы);

5) помощь в (вос)создании оптимального психофизического состояния (настройка);

6) управление психическим состоянием спортсмена-туриста в путешествии;

7) компенсация негативных последствий переутомления, конфликтов и т.д.(восстановление и реабилитация);

8) гармонизация отношений в группе туристов-спортсменов, помощь в разрешении конфликтов и т.д.

А.Е. Ловягина приводит типологию форм работы по сопровождению спорта и спортивного туризма [21] (таб. 1).

*Таблица 1 – Психологическая помощь при различных формах психологического сопровождения спортсмена (Ловягина А.Е., 2013) [21]*

*Table 1 – Psychological assistance with various forms of psychological support of an athlete (Lovyagina A.E., 2013)*

<b>Формы психологического сопровождения</b>	<b>Задачи психологической помощи</b>	<b>Способы психологической помощи</b>
Общая психологическая подготовка	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Совершенствование спортивно-важных качеств</li> <li>• Совершенствование индивидуального стиля деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Диагностика психических свойств</li> <li>• Рекомендации по индивидуализации спортивной подготовки и туристической карьеры</li> <li>• Обучение приёмам саморегуляции</li> <li>• Актуализация самопознания и самоуправления</li> </ul>
Психологическая подготовка к конкретному соревнованию	Оптимизация саморегуляции психического состояния	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Профилактика неблагоприятных факторов соревновательных ситуаций</li> <li>• Актуализация саморегуляции психического состояния</li> </ul>
Оперативное психологическое вмешательство	Оптимизация актуального психического состояния	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Диагностика актуального психического состояния</li> <li>• Профилактика и коррекция негативных психических состояний</li> </ul>

Методики сопровождения включают: 1) отдельные упражнения и задания, игры в организационной, подготовительной либо заключительной части или в качестве «отдыха» в основной части туристического путешествия; 2) задания, игры и упражнения, нацеленные на разрешение психологических задач, содержательно соответствующих основному направлению туристического клуба/группы; 3) групповые задания и игры, соответствующие основной программе кружка и требующих от участников обязательного группового взаимодействия и взаимопомощи; 4) групповые дискуссии на темы, связанные с направленностью турклуба и имеющие духовно-нравственную основу.

Психолого-педагогическое сопровождение спортивного туризма – важная часть оптимизации его процессов и повышение результатов.

Первое, что необходимо в организации сопровождения – вызвать и поддерживать интерес, мотивацию спортивного туристического путешествия. Интерес этот относится не столько к самому спорту, а к тому, какая трансформация происходит с человеком в процессе занятий спортом. Очень важно чтобы туристы осознавали пользу от такого туристического путешествия. Проще всего это донести еще не испорченному планшетам и смартфонами сознанию детей, но спортивные туристы бывают самые разные. Задача организаторов, гидов, психологов и педагогов – разработать и реализовать проект, помогающий конкретным участникам поездки увидеть новые ресурсы и смыслы своей деятельности, начиная от спорта и заканчивая смыслом жизни в целом. Перед специалистом стоит непростая задача – донести до человека все результаты его поездки: объяснить, что понимающий себя и мир, приученный справляться с препятствиями и исследовать их, человек преодолевает трудности намного легче и продуктивнее. Важно объяснить, что любому человеку дается тот или иной телесный капитал, растратить который многие успевают уже к 30 годам. Тесный капитал – предмет направленной заботы, часто заботы человека о себе, неотделимая от других сторон его

жизни. Там, где она отделяется – выпячивается или уходит в тень, возникают проблемы, дезинтеграции и жизнеотрицания. Трудность в том, что ребенку или даже студенту трудно порой представить временную перспективу, превышающую время его жизни. Педагог-психолог должен четко осознавать ограничения клиентов и, не смущаясь их наличием, продолжать помогать клиенту достигать его собственной цели – уникальной системности как целостности. Важно понимать, что не все члены группы готовы будут продолжать такие путешествия и заниматься спортивным туризмом далее, но в целом, процент людей, обращающихся к нишевому спортивному туризму повторно достаточно высок. Никто не может оспорить пользу от занятий спортом. Но чаще всего выходит, что люди знают много, а делают мало, лень и стремление сохранить энергию блокируют активность. Для туристов важно понять главное: любое большое путешествие начинается с маленького шага в сторону цели. Если кому-то сложно начать, и он не может мотивировать себя сами, то можно предложить ему список мотивов и принципов здоровья – на выбор и осмысление. Однако, ведущим моментом является самодисциплина и воля, дающие стрессоустойчивость, оптимизм, насыщенность жизни и полноту «организмического» функционирования, то есть – счастья жить. Педагог-психолог должен всегда сохранять настрой на развитие клиентов, «оптимистическую» гипотезу в отношении них и их способностей справляться с трудностями и проблемами внутреннего и внешнего мира. Его работа очень важна. Главное при этом – чтобы его слова не расходились с его действиями.

**Заключение.** Спортивный туризм выступает как важная и автономная социально-ориентированная сфера, образ жизни большей части общества; хорошее средство духовного, психологического и телесного развития человека, воспитания бережного отношения к себе, другим и к природе, развития взаимопонимания народов и этносов, в том числе – продуктивная форма «народной дипломатии». Это также демократичный вид отдыха, со свободным выбором типа физической и иной активности

(Даянова М.А., Коробейникова Е.И., Лахина О.В., 2018) [13, с. 11]. Спортивный туризм дает возможность удовлетворить потребности человека в занятии спортом (активный туризм), ощутить причастность к спортивным состязаниям и мероприятиям, удовлетворить свои потребности как болельщика (пассивный туризм). Также клиент имеет возможность познакомиться с культурой народа, проживающего в районе путешествия, получить удовольствие созерцания природных и культурных ландшафтов, посетить интересные спортивные объекты и сооружения; музеи и залы спортивной славы; спортивные парки, включая водные и прыжковые (на лыжах для фрирайда, bangu) и т.д.

Для него созданы специальные туристические маршруты, инфраструктура, включая спортивные магазины и т.д.. Нишевый спортивный туризм нацелен на удовлетворение разных групп «специальных интересов» туристов в сфере спорта, физической культуры, оздоровления и рекреации. Одно из ведущих условий его успешности – психолого-педагогическое сопровождение, работа команды специалистов, осуществляющих профилактику и коррекцию нарушений личностных, межличностных и иных аспектов в реализации программ спортивного туризма, а также разрабатывающих и реализующих программы и методики развития субъектов туризма.

#### Список источников

1. **Алексеева О.В.** Профессионально-спортивная подготовка студентов по спортивно-оздоровительному туризму // Учён. зап. ун-та им. П. Ф. Лесгафта. 2012. № 7(89). С. 12-17.
2. **Арпентьева М.Р.** Базовые принципы-метатехнологии спортивного психологического консультирования // Здоровье человека, теория и методика физической культуры и спорта, 2019. №1(12). С. 27-57.
3. **Арпентьева М.Р.** Экскурсовод-проводник в тревел-психотерапии (психотерапевтическом туризме) // Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика: монография. Ч.1 / Под ред. О.Е. Афанасьева. М., Берлин: Директ-Медиа, 2020. С. 318-351.
4. **Арпентьева М.Р., Баженова Н.Г.** Психологическое сопровождение в спорте, рекреационно-оздоровительной и лечебной практиках // Методы и технологии социальной работы в современном мире / Отв. ред. А.Ю. Нагорнова. Ульяновск: Зебра, 2019. С. 27-36.
5. **Аршинова В.В., Арпентьева М.Р., Кузнецова Н.В., Новаков А.В.** Вопросы психологического сопровождения в спорте, рекреационно-оздоровительной и лечебной практиках // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2019. №4(1). С. 106-114.
6. **Бабкин А.В.** Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 256 с.
7. **Боголюбов В.С.** Организация специальных видов туризма. СПб.: ГИЭУ, 2010. 116 с.
8. **Бондаренко А.В., Бондаренко Г.В.** Влияние занятия спортивным туризмом на развитие личности // Экон. и гуманитар. исслед. регионов. 2015. № 6. С. 99-101.
9. **Брасалес Д.Ф.Х., Тапиа П.Х., Королева И.С.** Альтернативный туризм как вид устойчивого туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т.5. №2. С. 3-19. doi: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1.
10. **Волков А.В., Черемшанов С.В.** Развитие спортивного туризма за рубежом // Известия Сочинского государственного университета. 2012. №4(22). С. 3035.
11. **Востоков И.** Идеология развития спортивного туризма (маршрутный туризм). Часть 1. Общие вопросы. Проект. 2019. // Федерация спортивного туризма России. 27 с. URL: <https://clck.ru/UYtqd> (дата обращения 03.01.2021).
12. **Горбунов Г. Д.** Психопедагогика спорта. М.: Сов. спорт, 2007. 296 с.
13. **Даянова М. А., Коробейникова Е.И., Лахина О.В.** Спортивный туризм на современном этапе // Наука-2020. 2018. №2-2(18). С. 11-18.
14. **Захаров С. В.** Формування пізнавальних інтересів учнів основної школи у процесі позакласної роботи: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. К.: АПН України, 2001. 20 с.
15. **Зорина Г.И., Ильина Е.И., Мошняга Е.В. и др.** Основы туристской деятельности на Западе. М.: Междунар. спорт, 2002. 478 с.
16. **Иванов А.** Психология чемпиона. Работа над собой. М.: Сов. спорт, 2016. 80 с.
17. **Ильин Е.П.** Психология спорта. СПб.: Питер, 2014. 590 с.
18. **Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Агаев Н. Ф.** Современное состояние спортивного туризма в Российской Федерации // Интернет-журнал «Науковедение». 2016. Т.8. №1. С. 49. doi: 10.15862/54EVN116.
19. **Линчевский Э.Э., Федотов Ю.Н.** Типология и психология туризма. М.: Сов. спорт, 2008. 271 с.
20. **Линчевский Э.Э.** Психологический климат туристской группы. М.: Физкультура и спорт, 1981. 111 с.
21. **Ловягина А.Е.** Теоретические и прикладные проблемы психологического сопровождения спортсмена // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. 16. 2013. Вып. 1. С. 29-39.
22. **Лопатинська В.В.** Формування гуманістичних цінностей підлітків у позашкільних навчальних закладах туристсько-краєзнавчого профілю: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. К.: АПН України, 2007. 20 с.
23. **Малетин С.С.** Туризм специальных интересов: концептуальные основы исследования // Вестник НГУЭУ.

2014. №4. С. 218–225.
24. **Маришук В.Л., Блудов Ю.М. и др.** Методики психодиагностики в спорте. М.: Просвещение, 1990. 256 с.
  25. **Меньшиков П.В., Кузнецова Н.В., Коробченко А.И., Голубчиков Г.М., Арпентьева М.Р.** Психолого-педагогические аспекты глэмпинга: туризм как практика развития человека // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т.14. №2. С. 38–49. doi: 10.24411/1995-0411-2020-10204.
  26. **Наровлянская М.Д.** Психологическое сопровождение внешкольного образования туристско-краеведческого профиля // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2014. №3. С. 43–54.
  27. **Овчинников Ю.Д., Талызов С.Н.** Спортивный туризм как вид спорта и форма деятельности // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2017. №2(2). С. 117–120.
  28. Оптимізація виховного потенціалу позашкільного навчального закладу / За ред. О.В. Литовченко. К.: Педагогічна думка, 2012. 200 с.
  29. **Остапец А.А.** Педагогика и психология туристско-краеведческой деятельности учащихся: метод. рекомендації. М.: РМАТ, 2001. 87 с.
  30. **Пашута В.Л., Никольская А.С.** Психолого-педагогическое сопровождение спортсменов как фактор преодоления стресса в условиях спортивной деятельности // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2017. №7(149). С. 236–240.
  31. **Пилат И.Н.** Внешкольная туристско-краеведческая работа как фактор нравственного воспитания подростков: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 1971.
  32. Подготовка педагога дополнительного образования в области физической культуры: психологическое сопровождение в детско-юношеском спорте / Под ред. А.В. Родионова. М.: Юрайт, 2020. 251 с.
  33. **Подчұфаров П.А.** Психологическая подготовка спортсменов по спортивному туризму // Мат. X Междунар. студ. науч. конф. «Студенческий научный форум». М.: РАЕ, 2018.
  34. **Роголёва Л., Малкин В.** Спорт – это психология. М.: Сов. спорт, 2015. 330 с.
  35. **Родионов В.А.** Спортивная психология. М.: Сов. спорт, 2014. 367 с.
  36. **Роледер Л.Н.** Особенности занятий спортивным туризмом в вузе // Молодой учёный. 2016. №5(109). С. 772–774.
  37. **Сафонов В.** Психология спортсмена, слагаемые успеха. М.: Сов. спорт, 2017. 370 с.
  38. **Сивицкий В.Г.** Система психологического сопровождения спортивной деятельности // Теория и практика физической культуры. 2006. №6. URL: <http://lib.sportedu.ru/press/tpfk/2006n6/p40-43.htm> (Дата обращения: 03.01.2021).
  39. **Смирнов Д.В.** Система дополнительного профессионального туристско-краеведческого образования педагогов на основе кластерного подхода: Автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Шуя: ШГПУ, 2012. 49 с.
  40. Совершенствование системы физического воспитания, спортивной тренировки, туризма, психологического сопровождения и оздоровления различных категорий населения: Сб. ст. XVIII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. уч. / Под ред. С.И. Логинова, Ж.И. Бушевой. Сургут: ИД «Россиздат» (ИП Казаченко Л.Ю.), 2019. 522 с.
  41. **Троценко Т.Ю.** Формування моральних якостей учнів 3–4-х класів у процесі туристсько-краєзнавчої діяльності: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. К.: АПН України, 2009. 20 с.
  42. **Уляева Л.Г.** Комплексная методика повышения психологической готовности спортсменов в период соревновательной деятельности: Метод. рекомендации. М.: ООО «Торговый дом «Сов. спорт», 2020. 176 с.
  43. **Уляева Л.Г., Родионова И.А., Сивицкий В.Г., Мельник Е.В., Воскресенская Е.В., Раднагуруев Б.Б., Уляева Г.Г.** Научно-методическое обеспечение психологического сопровождения спортивной деятельности // Журнал спортивной психологии. 2020. Т.29. Вып. 2. С. 177–184.
  44. **Федотов Ю.Н., Востоков И.Е.** Спортивно-оздоровительный туризм / Под ред. В.А. Таймазова. М.: Сов. спорт, 2008. 463 с.
  45. **Шевырева Е.Г., Петров А.В., Петрова О.В.** Психолого-педагогическое сопровождение процесса подготовки юных спортсменов // Современные проблемы науки и образования. 2020. №5. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=30216> (Дата обращения: 03.01.2021).
  46. **Юркина Л.Ю.** Социально-психологическая подготовка туристов-школьников: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. СПб., 1998. 231 с.
  47. **Clary M.** The Thrill of Confrontation... Chasing Tornadoes // Weatherwise. 1983. Vol. 39(3). Pp. 136–145. doi: 10.1080/00431672.1986.9927045.
  48. **Olivier St.** Moral Dilemmas of Participation in Dangerous Leisure Activities // Leisure Studies. 2006. Vol. 25(1). Pp. 95–109. doi: 10.1080/02614360500284692.
  49. **Gammon S., Robinson T.** Sport and Tourism: A Conceptual Framework // Journal of Sport Tourism. 2003. Vol. 8(1). Pp. 21–26. doi: 10.1080/14775080306236.
  50. **Gibson H.J.** Active Sport Tourism: Who Participates? // Leisure Studies. 1998. Vol. 17(2). Pp. 155–170. doi: 10.1080/026143698375213.
  51. **Read S.E.** A prime force in the expansion of tourism in the next decade: special interest travel // Tourism Marketing and Management Issues / Hawkins, E.L., Shafer, E.L. & Rovelstad, J.M. (eds.). Washington: The George Washington University Press, 1980. Pp. 193–202.
  52. **Rittichainuwat B.N.** Special Interest Tourism. Newcastle: Cambridge Scholars Publ., 2018. 311 p.
  53. **Sousa B.** The role of innovation in special interest tourism: a theoretical approach // Millenium. 2018. Vol. 5. Pp.

83–92. doi: 10.29352/mill0205.08.0016.

54. Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases / Eds. by Sh. Agarwal, Gr. Busby, R. Huang. New York: CABI, 2018. 236 p.
55. Trauer B. Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis // Tourism Management. 2006. Vol. 27. Iss. 2. Pp. 183-200. doi: 10.1016/j.tourman.2004.10.004.
56. Nature and Development of Special Interest. Tourism Essay // UKEssays. November, 2018. URL: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/nature-and-development-of-special-interest-tourism-tourism-essay.php?vref=1> (Accessed on January 2, 2021).

## References

1. Alekseeva, O. V. (2012). Professionalno-sportivnaya podgotovka studentov po sportivno-ozdorovitel'nomu turizmu [Professional and sports training of students in sports and health tourism]. *P. F. Lesgaft University Scientific Notes*, 7(89), 12-17 (in Russ.).
2. Arpentieva, M. R. (2019). Bazovyye printsipy-metatekhnologii sportivnogo psikhologicheskogo konsul'tirovaniya [Basic principles-metatechnology of sports psychological counseling]. *Zdorov'e cheloveka, teoriya i metodika fizicheskoy kul'tury i sport [Human health, theory and methodology of physical culture and sports]*, 1(12), 27-57 (In Russ.).
3. Arpentieva, M. R. (2020). Ekskursovod-provodnik v trevel-psikhoterapii (psikhoterapevicheskiom turizme) [Tour guide-guide in travel psychotherapy (psychotherapeutic tourism)]. In: Afanasiev, O. E. (ed.). *Innovatsii v ekskursionnoy rabote: kontseptsii, tekhnologii, praktika [Innovations in excursion work: concepts, technologies, practice]*: A monograph. Part 1. Moscow, Berlin: Direct-Media Publ., 318-351. (In Russ.).
4. Arpentieva, M. R., & Bazhenova, N. G. (2019). Psikhologicheskoye soprovozhdeniye v sporte, rekreatsionno-ozdorovitel'noy i lechebnoy praktikakh [Psychological support in sports, recreational and health-improving and medical practices]. In: A. Yu. Nagornova (ed.). *Metody i tekhnologii sotsial'noy raboty v sovremennom mire [Methods and technologies of social work in the modern world]*. Ulyanovsk: Zebra Publ., 27-36. (In Russ.).
5. Arshinova, V. V., Arpentieva, M. R., Kuznetsova, N. V., & Novakov, A. V. (2019). Voprosy psikhologicheskogo soprovozhdeniya v sporte, rekreatsionno-ozdorovitel'noy i lechebnoy praktikakh [Questions of psychological support in sports, recreational and health-improving and medical practices]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya [Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation]*, 4(1), 106-114. (In Russ.).
6. Babkin, A. V. (2008). *Spetsial'nyye vidy turizma [Special types of tourism]*. Rostov-on-Don: Phoenix, 1-256. (In Russ.).
7. Bogolyubov, V. S. (2010). *Organizatsiya spetsial'nykh vidov turizma [Organization of special types of tourism]*. St.Petersburg: GIEU Publ., 1-116. (In Russ.).
8. Bondarenko, A. V., & Bondarenko, G. V. (2015). Vliyaniye zanyatiy sportivnym turizmom na razvitiye lichnosti [The Impact of Sport Tourism on the Development of the Personality]. *Ekonomicheskkiye i gumanitarnyye issledovaniya regionov [Economic and Humanitarian Researches of Regions]*, 6, 99-101. (In Russ.).
9. Brazales, D. F. H., Tapia, P. J., & Koroleva, I. S. (2020). Alternative tourism as a type of sustainable tourism. *Research Result. Business and Service Technologies*, 6(2), 2020, 3-19. doi: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1. (In Russ.).
10. Volkov, A. V., & Cheremshanov, S. V. (2012). Razvitiye sportivnogo turizma za rubezhom [The development of sports tourism abroad]. *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta [News of the Sochi State University]*, 4(22), 30-35. (In Russ.).
11. Vostokov, I. (2019). Ideologiya razvitiya sportivnogo turizma. [Ideology of sports tourism development]. *Federatsiya sportivnogo turizma Rossii [Federation of Sports Tourism of Russia]*, 1-27. URL: <https://clck.ru/UYtd> (Accesses on January 03, 2021). (In Russ.).
12. Gorbunov, G. D. (2007). *Psikhopedagogika sporta [Psychopedagogy of sport]*. Moscow: Soviet sport, 1-296. (In Russ.).
13. Dayanova, M. A., Korobeynikova, E. I., & Lakhina, O. V. (2018). Sportivnyy turizm na sovremennom etape [Sports tourism at the present stage] *Nauka [Science]*, 2-2(18), 11-18. (In Russ.).
14. Zakharov, S. V. (2001). *Formation of cognitive interests of primary school students in the process of extracurricular activities*: author's ref. dis. cand. ped. science. Kyiv: Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, 2001. 1-20. (In Ukr.).
15. Zorina, G. I., Ilyina, E. I., Moshnyaga, E.V., et al. (2002). *Osnovy turistskoy deyatel'nosti na Zapade [Fundamentals of tourist activity in the West]*. Moscow: International sport Publ., 1-478. (In Russ.).
16. Ivanov, A. (2016). *Psikhologiya chempiona. Rabota nad soboy [Psychology of the Champion. Work on yourself]*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
17. Ilyin, E. P. (2014). *Psikhologiya sporta [Sports psychology]*. St. Petersburg: Peter Publ., 1-590. (In Russ.).
18. Kaznacheeva, S. N., Chelnokova, E. A., & Agaev, N. F. (2016). Sovremennoye sostoyaniye sportivnogo turizma v Rossiyskoy Federatsii [The current state of sports tourism in the Russian Federation]. *Vestnik yevraziyskoy nauki «Naukovedeniye» [Bulletin of Eurasian Science]*, 8, 1(32), 49. (In Russ.).
19. Linchevskiy, E. E., & Fedotov, Yu. N. (2008). *Tipologiya i psikhologiya turizma [Typology and psychology of tourism]*. Moscow: Soviet sport, 1-271. (In Russ.).
20. Linchevskiy, E. E. (1981). *Psychological climate of the tourist group*. Moscow: Physical culture and sport, 1-111. (In Russ.).
21. Lovyagina, A. E. (2013). Teoreticheskiye i prikladnyye problemy psikhologicheskogo soprovozhdeniya sportsmena

- [Theoretical and applied problems of psychological support of an athlete]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta [Bulletin of St. Petersburg University], Series 16, 1, 29-39.* (In Russ.).
22. **Lopatynska, V. V.** (2007). *Formation of humanistic values of teenagers in out-of-school educational establishments of tourist and local lore profile*: author's ref. dis. cand. ped. science. Kyiv: Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, 2007. 1-20. (In Ukr.).
  23. **Maletin, S. S.** (2014). Turizm special'nyh interesov: konceptual'nye osnovy issledovaniya [Tourism special interests: a conceptual framework for research]. *Vestnik NGUEU [Bulletin of NSUEU], 4, 218-225.* (In Russ.).
  24. **Marishchuk, V. L., Bludov, Yu. M., et al.** (1990). *Metodiki psihodiagnostiki v sporte [Methods of psychodiagnostics in sports]*. Moscow: Education Publ., 1-256. (In Russ.).
  25. **Menshikov, P. V., Kuznetsova, N. V., Korobchenko, A. I., Golubchikov, G. M., & Arpentieva, M. R.** (2020). Psihologo-pedagogicheskie aspekty gljempinga: turizm kak praktika razvitiya cheloveka [Psychological and pedagogical aspects of glamping: Tourism as a practice for personal development]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges], 14(2), 38-49.* doi: 10.24411/1995-0411-2020-10204. (In Russ.).
  26. **Narovlyanskaya, M. D.** (2014). Psihologicheskoye soprovozhdeniye vneshkol'nogo obrazovaniya turistsko-krayevedcheskogo profilya [Psychological support of out-of-school education of tourism and local lore profile]. *Vestnik akademii detsko-yunosheskogo turizma i krayevedeniya [Bulletin of the Academy of Children and Youth Tourism and Local History], 3, 43-54.* (In Russ.).
  27. **Ovchinnikov, Yu. D., & Talyzov, S. N.** (2017). Sportivnyy turizm kak vid sporta i forma deyatel'nosti [Sports tourism as a sport and a form of activity]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya [Physical Culture. Sport. Tourism. Motor recreation], 2(2), 117-120.* (In Russ.).
  28. **Litovchenko, O. V.** (ed.). (2012). *Optimization of educational potential of out-of-school educational institution*. Kiev: Pedagogical Thought, 2012. (In Ukr.).
  29. **Ostapets, A. A.** (2001). *Pedagogika i psihologiya turistsko-kraevedcheskoj dejatel'nosti uchashtsihsya [Pedagogy and psychology of students' tourism and local lore activity]: Tutorial*. Moscow: RIAI, 1-87. (In Russ.).
  30. **Pashuta, V. L., & Nikolskaya, A. S.** (2017). Psihologo-pedagogicheskoye soprovozhdeniye sportsmenov kak faktor preodoleniya stressa v usloviyakh sportivnoy deyatel'nosti [Psychological and pedagogical support of athletes as a factor in overcoming stress in the conditions of sports activity]. *Uchenyye zapiski universiteta im. P. F. Lesgafy [P. F. Lesgafy University Scientific Notes], 7 (149), 236-240.* (In Russ.).
  31. **Pilat, I. N.** (1971). *Out-of-school tourism and local history work as a factor in the moral education of adolescents*: author. dis.... cand. ped. sciences. Moscow. (In Russ.).
  32. **Rodionov, A. V.** (ed.). (2020). *Podgotovka pedagoga dopolnitel'nogo obrazovaniya v oblasti fizicheskoy kul'tury: psikhologicheskoye soprovozhdeniye v detsko-yunosheskom sporte [Training of a teacher of additional education in the field of physical culture: psychological support in children and youth sports]*. Moscow: Yurayt Publ. (In Russ.).
  33. **Podchufarov, P. A.** (2018). Psihologicheskaya podgotovka sportsmenov po sportivnomu turizmu [Psychological training of athletes in sports tourism]. In: *Studencheskiy nauchnyy forum [Student Scientific Forum]: Materials of the X International Student Scientific Conference*. Moscow: RANS Publ. (In Russ.).
  34. **Rogaleva, L., & Malkin, V.** (2015). *Sport – eto psikhologiya [Sport is psychology]*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
  35. **Rodionov, V. A.** (2014). *Sportivnaya psikhologiya [Sports psychology]*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
  36. **Roleder, L. N.** (2016). Osobennosti zanyatiy sportivnym turizmom v vuze [The Features of Sports Tourism in the University]. *Molodoy uchyonyy [Young Scientist], 5(109), 772-774.* (In Russ.).
  37. **Safonov, V.** (2017). *Psihologiya sportsmena, slagayemyye uspekha [Psychology of an athlete, components of success]*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
  38. **Sivitskiy, V. G.** (2006). Sistema psikhologicheskogo soprovozhdeniya sportivnoy deyatel'nosti [The system of psychological support of sports activity]. Teoriya i praktika fizicheskoy kul'tury [Theory and practice of physical culture], 6(1). URL: <http://lib.sportedu.ru/press/tpfk/2006n6/p40-43.htm> (accessed on January 03, 2021). (In Russ.).
  39. **Smirnov, D. V.** (2012). *Sistema dopolnitel'nogo professional'nogo turistsko-krayevedcheskogo obrazovaniya pedagogov na osnove klaster'nogo podkhoda [The system of additional professional tourism and local lore education of teachers based on the cluster approach]*: author. dis. dr. ped. sciences. Shuya: Shuya SPU Publ. (In Russ.).
  40. **Loginova, S. I., & Busheva, Zh. I.** (eds.). (2019). *Sovershenstvovaniye sistemy fizicheskogo vospitaniya, sportivnoy trenirovki, turizma, psikhologicheskogo soprovozhdeniya i ozdorovleniya razlichnykh kategoriy naseleniya [Improvement of the system of physical education, sports training, tourism, psychological support and health improvement of various categories of the population]*: Proceeds articles of the XVIII All-Russian scientific and practical conference with international participation. Surgut: Publishing House Rossizdat (Kazachenko L. Yu.). (In Russ.).
  41. **Trotsenko, T. Yu.** (2009). *Formation of moral qualities of pupils of 3–4th classes in the process of tourist and local lore activity*: Author's ref. dis. cand. ped. science. Kyiv: Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. (In Ukr.).
  42. **Ulyayeva, L. G.** (2020). *Kompleksnaya metodika povysheniya psikhologicheskoy gotovnosti sportsmenov v period sorevnovatel'noy deyatel'nosti [Complex methodology for improving the psychological readiness of athletes during the period of competitive activity]*: Tutorials. Moscow: Trade House Sovetsky Sport LLC. (In Russ.).
  43. **Ulyayeva, L. G., Rodionova, I. A., Sivitskiy, V. G., Melnik, E. V., Voskresenskaya, E. V., Radnaguruev, B. B., & Ulyayeva, G. G.** (2020). Nauchno-metodicheskoye obespecheniye psikhologicheskogo soprovozhdeniya sportivnoy deyatel'nosti [Scientific and methodological support of psychological support of sports activity]. *Zhurnal sportivnoy*

- psikhologii [Journal of sports psychology]*, 29(2), 177-184. (In Russ.).
44. **Fedotov, Yu. N., & Vostokov, I. E.** (2008). *Sportivno-ozdorovitel'nyy turizm [Sports and health tourism]*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
  45. **Shevyreva, E. G., Petrov, A. V., & Petrova, O. V.** (2020). Psikhologo-pedagogicheskoye soprovozhdeniye protsessy podgotovki yunyykh sportsmenov [Psychological and pedagogical support of the process of training young athletes]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniy [Modern problems of science and education]*, 5(1). URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=30216> (Accesses on January 03, 2021). (In Russ.).
  46. **Yurkina, L. Yu.** (1998). *Socio-psychological training of school tourists: Dis....* cand. psychol. sciences. St. Petersburg. (In Russ.).
  47. **Clary, M.** (1983). The Thrill of Confrontation... Chasing Tornadoes. *Weatherwise*, 9(3), 136–145. doi: 10.1080/00431672.1986.9927045.
  48. **Olivier, St.** (2006). Moral Dilemmas of Participation in Dangerous Leisure Activities. *Leisure Studies*, 25(1), 95–109. doi: 10.1080/02614360500284692.
  49. **Gammon, S., & Robinson, T.** (2003). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 21–26. doi: 10.1080/14775080306236.
  50. **Gibson, H. J.** (1998). Active Sport Tourism: Who Participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155–170. doi: 10.1080/026143698375213.
  51. **Read, S. E.** (1980). A prime force in the expansion of tourism in the next decade: special interest travel. In: Hawkins, E. L., Shafer, E. L., & Rovelstad, J. M. (eds.) *Tourism Marketing and Management Issues*. Washington: The George Washington University Press, 193-202.
  52. **Rittichainuwat, B. N.** (2018). *Special Interest Tourism*. Newcastle: Cambridge Scholars Publ.
  53. **Sousa, B.** (2018). The role of innovation in special interest tourism: a theoretical approach. *Millenium*, 5, 83–92. doi: 10.29352/mill0205.08.0016.
  54. **Agarwal, Sh., Busby, Gr., & Huang, R.** (eds.) (2018). *Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases*. New York: CABL.
  55. **Trauer, B.** (2006). Conceptualizing special interest tourism – frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183–200. doi: 10.1016/j.tourman.2004.10.004.
  56. (2018). Nature and Development of Special Interest. Tourism Essay. *UKEssays*. November, 1. URL: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/nature-and-development-of-special-interest-tourism-tourism-essay.php?vref=1> (Accessed on January 2, 2021).

УДК 338.4

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10104

**КОНЫШЕВ Евгений Валерьевич**

Вятский государственный университет (Киров, РФ)  
кандидат географических наук, доцент; konj@bk.ru

**ГЕРАСИМОВ Сергей Васильевич**

Вятский государственный университет (Киров, РФ)  
преподаватель; председатель Федерации оздоровительно-спортивного туризма Кировской области; fostko@yandex.ru

## ТУАРМИНГ И ТУРИСТСКИЙ ПОХОД С ПРОВЕРКОЙ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ КАК НОВЫЕ ФОРМЫ СПОРТИВНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА (ОПЫТ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

В статье анализируется опыт Кировской области в реализации новых форм спортивно-оздоровительного туризма. Развитие спортивно-оздоровительного туризма должно учитывать тенденции развития современного общества и соответствовать потребностям населения. Возникнув на стыке спортивного туризма и иных форм деятельности, спортивно-оздоровительный туризм стал уникальным социокультурным явлением, не имеющим аналогов в мире. Технологии спортивно-оздоровительного туризма широко применяются не только в социальных проектах, но и в коммерческой деятельности. Цель научной статьи – обобщение опыта Кировской области в реализации новых форм спортивно-оздоровительного туризма: соревнований по «ТуАрмингу», испытания ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков», дня пешеходного туризма «Осенние путяшки». Авторы статьи первыми предложили такие формы спортивно-оздоровительного туризма и являются организаторами данных мероприятий на территории Кировской области. В статье предложена организационно-инфраструктурная модель реализации новых форм спортивно-оздоровительного туризма. Центральное место в модели отведено Федерации оздоровительно-спортивного туризма, на базе которой функционирует ресурсный центр по подготовке к испытанию «Туристский поход с проверкой туристских навыков». Ресурсный центр, благодаря финансовой поддержке со стороны фонда президентских грантов, является базовой инфраструктурной единицей развития спортивно-оздоровительного туризма в муниципальных образованиях. Взаимодействуя с другими организациями, интегрируя технологии спортивно-оздоровительного туризма с патриотической деятельностью, физической культурой и спортом, историей и краеведением, возникают новые продукты и виды деятельности. В статье раскрыты особенности проведения мероприятий, приведены количественные данные. Применяя метод опроса, была получена обратная связь от участников мероприятий. Величина выборки составила 30% от общего числа участников, волонтеров и организаторов. Большинство людей, вовлеченных в проекты, положительно оценивают деятельность ресурсных центров, организацию новых мероприятий, но также отмечают и ограниченность их функций. На основании мнения целевой аудитории проектов были даны рекомендации по созданию на базе ресурсных центров мультивозрастных спортивно-оздоровительных туристских клубов. Результаты исследования, а также опыт Кировской области в реализации новых форм спортивно-оздоровительного туризма может быть адаптирован в других регионах России.

**Ключевые слова:** спортивно-оздоровительный туризм, туАрминг, осенние путяшки, ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков», Кировская область

**Для цитирования:** Коньшев Е.В., Герасимов С.В. Туарминг и туристский поход с проверкой туристских навыков как новые формы спортивно-оздоровительного туризма (опыт Кировской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 49–60. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10104.

**Дата поступления в редакцию:** 15 января 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 17 февраля 2021 г.

UDC 338.4

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10104

**Evgeny V. KONYSHEV**

Vyatka State University (Kirov, Russia)

PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: konj@bk.ru

**Sergey V. GERASIMOV**

Vyatka State University (Kirov, Russia)

Lecturer; Chairman of the Federation of Health and Sports Tourism of the Kirov Region;

e-mail: fostko@yandex.ru

## TUARMING AND CAMPING TRIP WITH A CHECK TEST OF TOURIST SKILLS AS NEW FORMS OF RECREATIONAL SPORT TOURISM (KIROV REGION EXPERIENCE)

**Abstract.** The article analyzes the experience of Kirov region in the implementation of new forms of recreation sport tourism. The recreational sport tourism development should consider the modern society development trends and meet the needs of the population. Having appeared at the intersection of sport tourism and other forms of activity, recreational sport tourism has become a unique socio-cultural phenomenon that has no analogues in the world. Recreational sport tourism technologies are widely used not only in social projects, but also in commercial activities. The article is aimed at summarizing the experience of Kirov region in the implementation of new forms of recreational sport tourism which includes competitions in “Tuarming”, trials of the all-Russian physical and sports complex of Civil Defense Squads “Camping trip with a check test of tourist skills”, and the day of hiking “Autumn walk”. The authors of the article were the first to propose such forms of recreational sport tourism and they are also the organizers of these events in Kirov region. The article proposes an organizational and infrastructural model for implementing the new forms of recreational sport tourism. The central place in the model is given to the Federation of Recreational Sport Tourism, which is a base of a resource center for preparing for the trial of “Camping trip with a check test of tourist skills”. The resource center, thanks to financial support from the Presidential Grants Fund, is the basic infrastructure unit for the development of recreational sport tourism in municipalities. Interaction among other organizations in conjunction with the technologies of recreational sport tourism, patriotic activities, physical culture and sports, history and area study, create new products and activities. The article reveals the features of the events, provides quantitative data. Using the survey method, feedback was received from the participants of the events. The sample size was 30% of the total number of participants, volunteers and organizers. Most of the people involved in the projects positively assess the activities of the resource centers, the organization of new events, but also note the limitations of their functions. Based on the opinion of the target audience of the projects, the authors give the recommendations to create the multi-age recreational sport tourism clubs on the basis of resource centers. The results of the research as well as the Kirov region experience in implementing new recreational sport tourism forms can be adapted in other regions of Russia.

**Keywords:** recreational sport tourism, tuarming, autumn walk, physical and sports complex of Civil Defense Squads «Camping trip with a check test of tourist skills», Kirov region.

**Citation:** Konyshov, E. V., & Gerasimov, S. V. (2021). Tuarming and camping trip with a check test of tourist skills as new forms of recreational sport tourism (Kirov Region experience). *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 49–60. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10104. (In Russ.).

**Article History**

Received 15 January 2021

Accepted 17 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

### Введение

Спортивно-оздоровительный туризм (далее СОТ) – является феноменом и массовым общественным движением, состоящим из индивидуально-групповых путешествий и спортивно-массовых мероприятий в природной среде, основанных на технологиях спортивного туризма, а также клубной деятельности [5]. Возникнув на стыке физической культуры, спорта и туризма спортивно-оздоровительный туризм придает новые качества всей возникшей системе [4].

В зарубежных исследованиях не существует аналогов понятия «спортивно-оздоровительный туризм». Существует два самостоятельных термина. Спортивный туризм рассматривается как посещение спортивных мероприятий, с одной стороны, а с другой стороны в России и некоторых странах постсоветского пространства является видом спорта. Наиболее близкими по содержанию к «спортивно-оздоровительному туризму» являются термины «активный туризм» (Active Tourism) [12] и «приключенческий туризм» (Adventure Tourism) [11]. При этом как за рубежом [10], так и в России [1], обращается внимание на положительное влияние активного туризма не только на процессы оздоровления, борьбы с малоподвижным образом жизни, но и на процесс освоения территории [8] и роль в экономике региона. Кроме того, спортивно-оздоровительный туризм рассматривается как средство организации досуга у школьников [6, 2] и их профессиональной ориентации [3].

При этом в зарубежных публикациях практически не рассматривается огромное социальное значение спортивно-оздоровительного туризма, которое позволяет рассматривать его как уникальное социокультурное явление, с богатым внутренним потенциалом для развития различных форм и видов путешествий в природной среде и вовлечения широких слоев населения в процесс самоорганизации доступной рекреационной деятельности. В настоящее время, не смотря на хорошо функционирующую систему детско-юношеского туризма, уровень развития спортивно-оздоровительного туризма среди взрослого населения крайне низкий [7].

Необходимо уделить внимание развитию инфраструктуры спортивно-оздоровительного туризма для взрослых, предложить новые формы деятельности, основанные на технологиях спортивно-оздоровительного туризма, которые будут востребованными у широких слоев населения. Цель данной статьи представить опыт Кировской области в создании и развитии новых форм работы в спортивно-оздоровительном туризме, реализованных Федерацией оздоровительно-спортивного туризма Кировской области (ФОСТКО). За 20 лет было проведено большое количество традиционных мероприятий: более 300 спортивно-туристских соревнований, 83 туристских слета, 6 школ начальной туристской подготовки, 78 обучающих семинаров, более 80 походов и экспедиций. С 2019 года, благодаря поддержке Фонда президентских грантов, реализуются новые проекты – выполнение нормы ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков», комбинированные соревнования по спортивному туризму с элементами военной подготовки «ТуАрминг» и день пешеходного туризма «Осенние путяшки».

### Организационно-инфраструктурная модель реализации проектов

Технология спортивно-оздоровительного туризма основывается на трех основных компонентах:

1) *туристские клубы*, которые являются местом концентрации туристов, где они могут общаться, проходить обучение и проводить методическую работу. Туристские клубы могут создаваться как по территориальному (клубы по месту жительства), так и по ведомственному признаку (клубы на предприятиях, учебных заведениях);

2) *туристские походы*, которые являются средством познания окружающего мира и эффективной формой физической активности и оздоровления. Туристские походы являются наиболее доступной и востребованной формой вовлечения населения в спортивно-оздоровительный туризм;

3) *спортивно-массовые мероприятия*, при подготовке к которым формируются новые лидерские группы, совершенствуется спортивно-туристское мастерство и которые являются эффективным меха-

низмом популяризации спортивно-оздоровительного туризма.

Являясь общественной организацией, ФОСТКО стало проводником идеологии развития спортивно-оздоровительного туризма в области, координируя работу самостоятельных туристских клубов, формируя единый календарь спортивно-туристских мероприятий, обеспечивая безопасность туристской деятельности через возрождение маршрутно-квалификационных комиссий, а также пытаясь выстроить диалог с органами исполнительной власти.

За 20 лет активной работы была не только выстроена системная работа, но и удалось интегрировать технологии спортивно-оздоровительного туризма в смежные виды деятельности. Так, например, проводимые с 2002 года соревнования по комбинированному туризму «Вятский лось», прошли путь от локальных соревнований до Чемпионата Приволжского Федерального округа и Всероссийских соревнований, и от туристской «забавы» до испытаний и подготовки сотрудников МЧС Кировской области и 5 регионов ПФО. Примером взаимодействия ФОСТКО и природоохранных структур являются проводимые с 2004 года экологические рейды по наиболее популярным у туристов рекам Кировской области. В ходе экологических рейдов, привлекая волонтеров, применяя туристское снаряжение и технологии спортивного туризма, происходит раздельный сбор и утилизация мусора, установка информационных, разъясняющих стенов в труднодоступных местах отдыха населения и местах проведения сплавов по рекам. Проектом, который интегрирует усилия субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальных органов власти, представителей общественности, является «Всевятская туристская тропа», реализуемый с 2015 года.

Однако постепенно выделились две системные проблемы – это низкая вовлеченность в спортивно-оздоровительный туризм молодежи и недостаточные условия для его развития в районах Кировской области. Где ситуация осложняется отсутствием материально-технической базы и плановой работы по подготовке кадров спортивно-оздоровительного туризма.

ФОСТКО, как общественная организация, имеет незначительные источники в финансировании (не более 20% от требуемых), включая членские взносы, целевые субсидии от муниципалитетов и региональной власти. Поэтому решение проблем, связанных с развитием спортивно-оздоровительного туризма в регионе, представляло определенные трудности. Для разрешения возникших противоречий была инициирована новая организационно-инфраструктурная модель на основе проектной деятельности, которая может эффективно реализовывать типовые и новые формы спортивно-туристской работы и где дополнительным источником финансирования являются средства Фонда президентских грантов (рис. 1).

В основе модели заложены принципы синергии (умножающий эффект), комплексности (решение нескольких задач одновременно), партнерства (обязательное взаимодействие общественников, науки, бизнеса, государства, муниципалитетов) и единая целевая установка по привлечению молодежи к спортивно-туристской деятельности [9].

Выделяя молодежь в качестве целевой группы, необходимо представлять их потребности и особенности их поведения. Дело в том, что в СССР, в свое время была выстроена, а в настоящее время поддерживается приемлемая модель реализации детско-юношеского туризма, где дети в возрасте 10-18 лет имеют возможность заниматься в спортивной школе под руководством тренера, пойти в систему дополнительного образования детей, и под руководством педагога заняться изучением родного края, формирования компетенций путешественника, краеведческим и экологическим образованием в рамках совершения походов и участия в спортивно-массовых мероприятиях. После 18 лет молодой человек выпадает из этой системы, и вынужден искать варианты занятия спортивно-оздоровительным туризмом на самостоятельной основе, в том числе и в туристских клубах. Для многих спортивная цель уходит на второй план и им необходимо предложить соответствующие потребностям формы туристской деятельности.

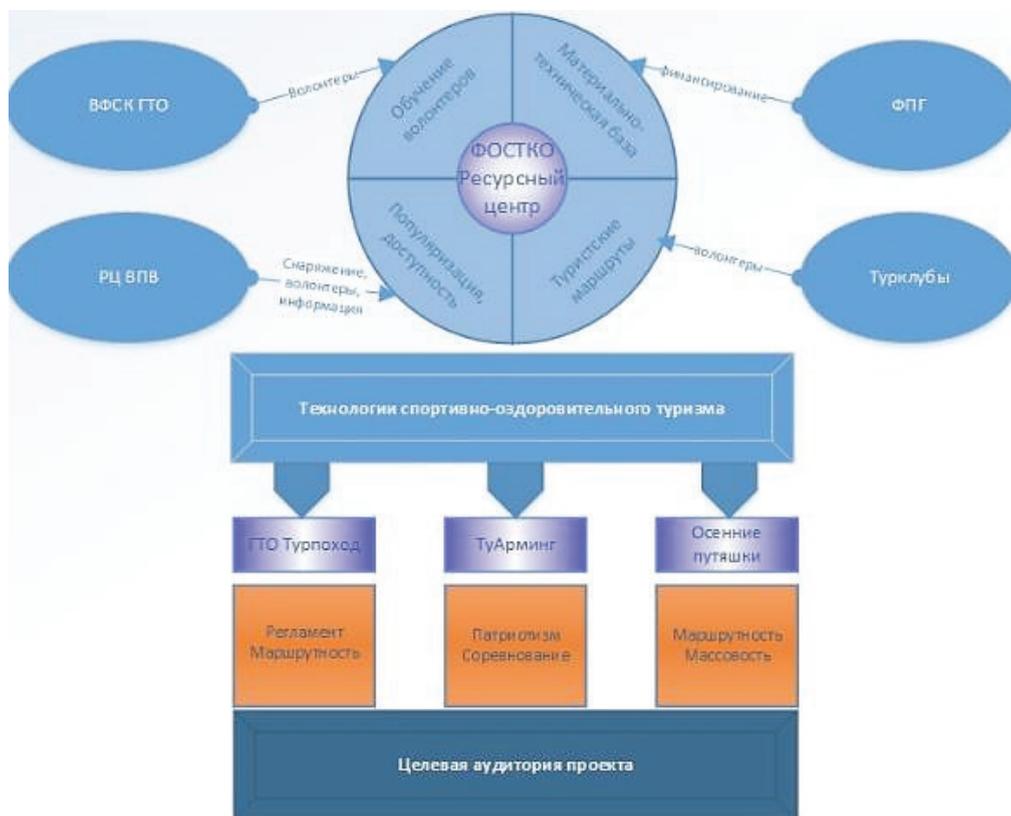


Рис. 1 – Организационно-инфраструктурная модель развития спортивно-оздоровительного туризма в Кировской области

Fig. 1 – Organizational and infrastructural model for the development of sports and health tourism in the Kirov region

Так же молодежь старше 18 лет не является аудиторией системы работы регионально-го центра военно-патриотического воспитания (РЦ ВПВ). Поэтому наиболее массовой формой работы становится участие молодежи в мероприятиях Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ВФСК ГТО).

В 2017 году ФОСТКО была апробирована технология проведения испытания комплекса ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков». Это одно из наиболее универсальных видов испытаний в рамках движения ГТО, которое может пройти практически любой человек. Однако для его прохождения необходимо специальное снаряжение, оборудование, сертифицированные маршруты, квалифицированные судьи, зачастую требуется помощь волонтеров. В 2019 году при поддержке Фонда президентских грантов на базе Федерации оздоровительно-спортив-

ного туризма Кировской области создан единый ресурсный центр для организации и проведения испытания «Туристский поход с проверкой туристских навыков». На базе ресурсного центра разработаны туристские маршруты для проведения испытания, осуществлена их сертификация, проведена подготовка волонтеров и судей. Снаряжение, закупленное ресурсным центром, на условиях временного безвозмездного использования, использовалось на территории трех пилотных муниципальных образований. В 2020 году ресурсные центры были созданы в Омутнинском, Сунском, Опаринском, Советском районах и в городе Слободском. Организация и проведение испытания ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков» строго регламентировано методическими рекомендациями по организации и выполнению нормативов испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-спортивно-

комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) к Государственным требованиям Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) на 2018 – 2021 гг., утвержденными приказом Минспорта России от 19.06.2017 N 542 (утв. Минспортом России 01.02.2018). В то же время, несмотря на строго обозначенные этапы, мы рекомендуем при организации испытаний учитывать естественные природные условия и моделировать ситуации, которые могут возникнуть в реальном походе.

Развивая проект по сдаче нормы ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков», было проведено мероприятие «День пешеходного туризма «Осенние путяшки». «Осенние путяшки» являются туристским маршрутом, на котором большинство туристов ожидает не только небольшой пеший поход по пересечённой местности, но и проверка туристских навыков: вязка узлов, работа со специальным снаряжением для преодоления локальных препятствий, установка палатки на время, определение азимута с помощью компаса, разжигание костра и теоретические вопросы о технике и тактике туризма от судей. В 2020 году данное мероприятие было приурочено к Международному дню туризма. Многие желающие сдать норму ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков» решили сделать это на «Осенних путяшках», что доказывает востребованность и комплексность данного мероприятия.

ТуАрминг (сокращенно от туризм и армия) – вид физической соревновательной активности, представляющий собой прохождение дистанции в природной среде или на искусственном рельефе, содержащих локальные препятствия, выполнения заданий в военной форме и с макетами оружия. Цель соревнований – активизация деятельности заинтересованных организаций по совмещению технологий спортивно – оздоровительного туризма с процессами подготовки допризывной молодежи к службе в армии и получения молодежи информации о десантниках-кировчанах, сражавшихся с фашистами в годы Великой Отечественной войны. Соревнования по

ТуАрмингу, проведенные в 2021 году были посвящены лыжному рейду десантников 1 маневренной воздушно-десантной бригады, и 36 стрелковой бригаде, которые были сформированы уроженцами Кировской области. В ходе соревнований осуществлялась имитация модельных ситуаций прохождения бойца Красной армии маршрута в лесной зоне. Дистанция соревнований предполагала прохождение 17 этапов, где участники преодолевали овраги, снежные валы и обрывы. Кидали гранаты, стреляли из винтовок и искали мины. Ползали попластунски и ходили в атаку в полный рост и падали на снег при сигнале «Воздух». Движение по дистанции осуществляется в маскхалате, каске, с мас-макетом оружия и противогазом (рис. 2). Перед полевой дистанцией участники посещали экскурсию передвижной интерактивной выставки «Плацдарм».



*Рис. 2 – Прохождение этапа «Атака» участником соревнований по «ТуАрмингу»*

*Fig. 2 – Passage of the «Attack» stage by a participant in the «TuArming» competition*

Таким образом, благодаря реализации проектов ФОСТКО при содействии фонда президентских грантов в 6 муниципальных образованиях Кировской области заработали ресурсные центры и у жителей этих районов появилась возможность получить необходимое снаряжение, методическую помощь, для выполнения норм ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков». Во всех муниципальных образованиях население проявляло высокую инициативность и заинтересованность, а

также стремление применять полученные знания и умения в общественно-полезной и рекреационной деятельности. В то же время в ходе общения с участниками и волонтерами проектов была выявлена проблема. Создаваясь для конкретной задачи – привлечения людей к выполнению норм ГТО, ресурсные центры, не имея штата работников, не могут в настоящее время предоставить населению дополнительные социальные услуги. Выполнение норм ГТО проходит 2-3 раза в год, прошедшие обучение волонтеры, большую часть времени не задействованы в активной фазе и теряют мотивацию к деятельности. Стремясь детализировать проблемную ситуацию и определить пути ее разрешения, нами был организован опрос целевой аудитории проектов и подведены предварительные итоги реализации проектов.

#### **Оценка результатов и перспективы развития проектов**

География реализации проектов охватывает 6 муниципальных образований Кировской области, где проживает более 50% населения. Таким образом, доступность целевой группы к прохождению испытания «Туристский поход с проверкой туристских навыков», участию в соревнованиях по Ту-Армингу и иных спортивно-туристских мероприятиях существенно выросла. В этих муниципальных образованиях действуют ресурсные центры, где можно взять бесплатно, но на возвратной основе необходимое снаряжение, пройти под руководством опытного инструктора необходимую подготовку и в установленный день прийти и сдать испытание. Подготовка и судейство испытания осуществляется волонтерами, прошедшими необходимую подготовку. В рамках проекта 43 человека закончили онлайн-курсы волонтеров на портале dobro.ru. Курсы подготовки судей по виду спорта спортивный туризм прошли 22 человека. Курсы подготовки для выполнения и принятия норм ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков» прошли 96 человек. Подготовка волонтеров осуществляется и в образовательных учреждениях. На базе КОГПОБУ «Омутнинский колледж педагогики, экономики и права» была проведена апробация учебно-методического комплек-

са «Организационно-методические сопровождение выполнения испытания комплекса ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков»». В качестве учебного модуля его теперь можно реализовывать на профильных специальностях, например при подготовке учителей физической культуры. Всего в рамках реализации проектов было задействовано 132 добровольца.

На средства фонда президентских грантов была создана материально-техническая база для дальнейшего развития спортивно-оздоровительного туризма. Приобретенное снаряжение передано в ресурсные центры в районах области. Всего передано 20 рюкзаков, 20 туристских ковриков, 20 спальных мешков, 5 комплектов котлов для приготовления пищи, 20 комплектов туристских систем, 60 карабинов, 20 спусковых устройств, 20 зажимов (жюмар), 20 касок, 10 палаток, 10 компасов, 300 метров веревки. Также был приобретен фотоаппарат Fujifilm FinePix XP80, изготовлены и установлены таблички «Ресурсный центр» в пяти районах области.

Развивая сеть туристских маршрутов, в трех муниципальных образованиях Кировской области созданы, апробированы и сертифицированы 21 маршрут. По три маршрута (5, 10, 15 км) в Сунском, Опаринском, Омутнинском, Слободском и Советском районах. Шесть маршрутов в г. Кирове. За 2020 год по маршрутам прошло 687 человек, в том числе 595 человек выполнили нормы ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков».

В рамках информационного сопровождения проектов зарегистрирована 123 записи с 69288 просмотрами новостного контента в официальной группе ВК (по состоянию на декабрь 2020 года). На сайте <https://www.ikirov.ru> вышло 4 публикации, с которыми ознакомились 9130 человек. По телевидению, в новостном блоке ГТРК «Вятка» вышел 1,5 минутный сюжет по проведению дня пешеходного туризма «Осенние путяшки», который посмотрело более 75000 человек. Кроме того, были разработаны логотипы соревнований, которые в последующем широко применялись при печати дипломов, сертификатов, сувенирной продукции и рекламных мате-

риалов, а также были нанесены на футболки и судейские куртки (рис 3).

Дополнительно проявился социальный эффект в том, что сформировались условия для вовлечения населения в занятие спортивно-туристской деятельностью, занятие активным туризмом, укрепление здорового образа жизни. Проведение дня пешеходного туризма наглядно продемонстрировало, что сдавать нормы ГТО приходят семьями, коллективами предприятий, учебными группами. На маршруте люди общаются, взаимодействуют на испытаниях, что в итоге приводит к формированию сообщества единомыш-

ленников, способных, в дальнейшем к осмысленной рекреационной деятельности в природной среде, связанной с организацией путешествий и иных форм физической активности.

Чтобы оценить эффективность и привлекательность новых форм спортивно-туристской деятельности с точки зрения участников, был организован опрос. В опросе приняли участие представители всех муниципальных образований, на территории которых реализуется проект. Выборка составила 142 человека (18% от количества человек, непосредственно принявших участие в проекте).



Рис. 3 – Логотипы мероприятий в природной среде на основе технологий спортивно-оздоровительного туризма

Fig. 3 – Logos of events in the natural environment based on technologies of sports and health tourism



Рис. 4 – Функциональная характеристика респондентов

Fig. 4 – Functional characteristics of respondents

В основном это волонтеры или те, кто сдавал норму ГТО «Туристский поход», участвовал в дне пешеходного туризма «Осенние путяшки» (рис. 4). Некоторые респонденты принимали участие в нескольких мероприятиях и в разной роли, поэтому сумма ответов больше 100%.

Респондентам предлагалось оценить влияние ресурсного центра на различные процессы в своем муниципалитете, а также определить дальнейшие направления совершенствования его деятельности. В условиях сохранения ограничений, вызванных COVID-19, опрос проводился дис-

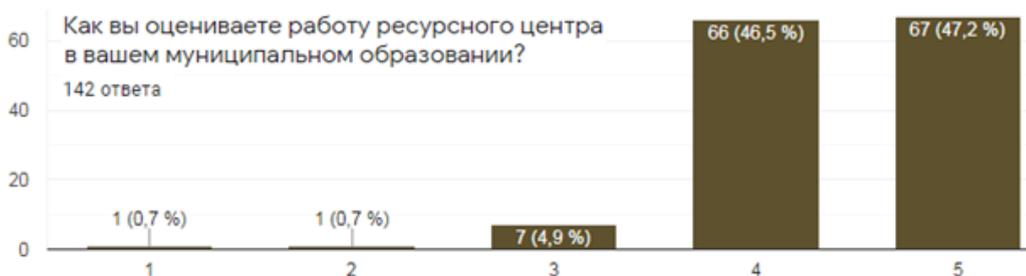


Рис. 5 – Оценка общей результативности работы ресурсных центров

Fig. 5 – Assessment of the overall performance of resource centers

танционно с применением google-формы<sup>1</sup>. Респонденты в баллах оценивали изменения, которые произошли в муниципальных образованиях благодаря реализации проектов по созданию ресурсных центров. Пять баллов присваивалось, если респондент посчитал, что влияние сильное, и ноль баллов, если проект не оказал влияния (рис. 5).

Безусловно, ресурсные центры решили одну из основных задач – повышение доступности сдачи нормы ГТО «Туристский поход». Но, людям, которые создали ресурсные центры в своих муниципальных образованиях, нужна команда. Нужна системная работа, чтобы поддерживать интерес и квалификацию волонтеров. И поэтому, высоко оценивая реализацию проекта в целом, демонстрируя поддержку организаторам, все же необходимо предоставить более детальный анализ ответов респондентов (табл. 1).

<sup>1</sup> <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfUjz0AiljdnNjCX4726LdikGXn2TveCUvHxz2ZQAZSoCBXfQ/viewform>

Таблица 1 – Результаты опроса о работе ресурсных центров и перспективах их развития

Table 1 – Survey results on the resource centers work and the prospects for their development

Оценка в баллах (5 – оказало сильное влияние, 0 – не оказало влияние) Вопрос анкеты	5	4	3	2	1	0
	<b>Влияние ресурсного центра на указанные процессы в вашем муниципалитете (%)</b>					
1. Влияние ресурсного центра на повышение доступности сдать норм ГТО «Туристский поход»	27	27	17	2	23	3
2. Влияние ресурсного центра на деятельность группы активистов, которые могут провести мероприятие и обучение	27	29	15	2	21	5
3. Влияние ресурсного центра на изменение возможности взять снаряжение для тренировочного процесса	31	24	15	3	21	6
4. Влияние ресурсного центра на рост числа людей, которые хотят заниматься спортивно-оздоровительным туризмом	23	29	15	7	21	5
5. Влияние ресурсного центра на рост возможности ходить в походы	27	26	15	4	21	8
6. Влияние ресурсного центра на возможность общаться с единомышленниками	30	20	19	4	21	7
7. Влияние ресурсного центра на улучшение качества отдыха	27	23	18	5	22	5
<b>Что необходимо улучшить в дальнейшей работе ресурсного центра (%)</b>						
1. На регулярной основе проводить курсы туристской подготовки	30	26	13	6	18	8
1. Разработать туристские маршруты по родному краю	39	27	5	4	21	4
3. Закупить дополнительное оборудование и снаряжение	43	23	6	5	18	6
4. Организовывать дни пешеходного туризма	48	19	4	7	16	6
2. Организовывать туристские походы	46	21	4	6	18	4
5. Чаше организовывать сдачу норм ГТО «Туристский поход»	30	23	15	6	17	9
3. Проводить просветительскую работу о пользе спортивно-оздоровительного туризма	30	25	14	4	20	8
6. Организовать курсы общественных эковолонтеров, спасателей, пожарных	25	25	20	8	14	8

Выразив через опрос свои потребности, участники мероприятий четко обозначили основные направления дальнейшего развития спортивно-оздоровительного туризма на базе ресурсных центров. Определилась проблема, что полностью реализовать свои потребности на базе ресурсных центров в настоящий момент они не могут. Ресурсные центры создавали для решения конкретной задачи – привлечения людей к сдаче норм ГТО, и справиться с новыми вызовами при текущей организационной модели они не в состоянии. Сдача норм ГТО проходит 2-3 раза в год, волонтеры большую часть времени не задействованы в активной деятельности и теряют квалификацию. Поэтому, в помощь руководителям ресурсных центров требуется создать более эффективную структуру социального взаимодействия – мультивозрастные спортивно-оздоровительные турклубы,

которые позволят организовать системную работу и более качественное удовлетворение потребностей целевых групп. Создав туристские клубы, в них будет выстроена системообразующая модель для обучения, совместного досуга и проведения мероприятий в природной среде для более широкого круга населения. Такая модель работы позволит организовывать для населения более сложные формы активности – туристские походы в природной среде. В условиях ограничений, вызванных COVID-19, туристские походы в природной среде становятся более востребованной формой отдыха населения, которую можно реализовывать без длительных переездов и соблюдая требования безопасности.

### Вывод

Таким образом, апробировав новые формы спортивно-туристской деятель-

ности в Кировской области, считаем возможным предложить заинтересованным лицам ряд рекомендаций.

Во-первых, необходимо ознакомится с опытом реализации данных проектов на территории Кировской области. Представители нашей команды получили необходимые компетенции, была отработана технология взаимодействия с поставщиками туристского снаряжения, подготовлены методические рекомендации.

Во-вторых, важную роль играет и выбор руководителей создаваемых ресурсных центров в районах Кировской области. Необходимо учитывать личный интерес и мотивацию будущего руководителя, его профессиональные качества, опыт реализации проектов в сфере туризма, уровень взаимодействия с целевой аудиторией проекта.

В-третьих, расширение географии реализации проекта потребовало усиления контроля за исполнительской дисциплиной. Несколько осложняло взаимодействие и реализацию мероприятий введение ограничительных мероприятий вследствие распространения COVID-19.

В целом одним из основных итогов проекта можно считать то, что появление ресурсных центров в 5 районах Кировской области не только повысило доступность для населе-

ния сдачи нормы ГТО «Туристский поход», но и появились предпосылки для преобразования их в опорные точки развития спортивно-оздоровительного туризма. В них собираются неравнодушные люди, которые стремятся развиваться дальше, получать новые умения, навыки, совершать походы по родному краю. Живой интерес проявляют и активные граждане из других районов области. В настоящее время получены заявки на открытие ресурсных центров по подготовке к выполнению норм ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков». от Нолинского, Куменского, Арбажского и ряда других муниципальных образований Кировской области. В то же время развитие проекта видится нами не только в горизонтальной плоскости. Подготовка и сдача нормы ГТО «Туристский поход с проверкой туристских навыков» создало основу для формирования форм активности более высокого уровня – спортивно-оздоровительных туристских клубов (СОТ-клубы). Кроме того, родилась идея по проведению дня пешеходного туризма и скандинавской ходьбы с выполнением норм ГТО-турпоход «Осенние путяшки» в других регионах страны, по аналогии с такими мероприятиями, как «Российский азимут» и «Лыжня России». К настоящему времени данную идею поддержали в 9 субъектах Российской Федерации.

#### Список источников

1. **Афанасьев О.Е.** Активный туризм как современное направление туристской индустрии // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т.11. №3. С. 5-6.
2. **Балчирбай М.В.** Спортивно-оздоровительный туризм в школе // Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2017. №3(124). С. 145-151.
3. **Бутенко Т.В., Шутьева Е.Ю., Нагорных В.Н., Сорокин В.А.** Профессиональная ориентация молодежи средствами спортивно-оздоровительного туризма // Современный ученый. 2019. №1. С. 47-51.
4. **Власова Т.И., Иванов А.В., Таймазов В.А., Федотов Ю.Н.** Спортивно-оздоровительный туризм в России: основные понятия и проблемы развития // Вестник Национальной академии туризма. 2007. №4. С. 62-64.
5. **Герасимов С.В., Конышев Е.В.** Феномен спортивно-оздоровительного туризма // В сб.: Туризм в глубине России: Сб. тр. III Междунар. науч. сем. 2014. С. 60-66.
6. **Дремина А.В.** Спортивно-оздоровительный туризм как средство организации досуга у школьников // Инновационная наука. 2017. №2-2. С. 170-172.
7. **Дрогов И.А.** Пути решения кадрового обеспечения системы детско-юношеского туризма и краеведения, спортивно-оздоровительного туризма // Актуальные вопросы состояния и развития детско-юношеского и спортивно-оздоровительного туризма: Сб. науч. ст. по мат. Междунар. науч.-практ. конф. 2019. С. 69-73.
8. **Зырянов А.И., Королёв А.Ю., Мышлянцева С.Э., Сафарян А.А.** Организация территорий активного туризма на Урале // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т.11. №3. С. 130-141.
9. **Конышев Е.В., Герасимов С.В.** Развитие спортивно-оздоровительного туризма в Кировской области // Совершенствование системы физического воспитания, спортивной тренировки, туризма и оздоровления различных категорий населения: Сб. мат. XVII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. уч. 2018. С. 541-546.
10. **Araújo Vila N., Fraiz Brea J.A., de Araújo A.F.** Health and Sport. Economic and Social Impact of Active Tourism // European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education. 2020. Vol.10(1). Pp. 70-81. doi: 10.3390/ejihpe10010007.
11. **Buckley R.C.** Adventure Tourism. Wallingford: CAB International, 2006.
12. **Koščak M., O'Rourke T.** Active & adventure tourism in the planning of local destination management – with case

studies from Slovenia and Scotland // In book: *Responsible hospitality: inclusive, active, green*. 2018. Pp. 95-123. doi: 10.18690/978-961-286-226-8.6.

### References

1. **Afanasiev, O. E.** (2017). Aktivnyj turizm kak sovremennoe napravlenie turindustrii [Active tourism as a modern trend of tourism industry]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 11(3), 5-6. (In Russ.).
2. **Balchirbai, M. V.** (2017). Sportivno-ozdorovitel'nyj turizm v shkole [Sports and health tourism at school]. *Vestnik Akademii detsko-yunosheskogo turizma i kraevedeniya [Bulletin of the Academy of Children and Youth Tourism and Local History]*, 3(124), 145-151. (In Russ.).
3. **Butenko, T. V., Shut'yeva, E. Yu., Nagornyykh, V. N., & Sorokin, V. A.** (2019). Professional'naya orientaciya molodezhi sredstvami sportivno-ozdorovitel'nogo turizma [Professional orientation of youth by means of sports and health tourism]. *Sovremennyy uchenyj [Modern Scientist]*, 1, 47-51. (In Russ.).
4. **Vlasova, T. I., Ivanov, A. V., Taymazov, V. A., & Fedotov, Yu. N.** (2007). Sportivno-ozdorovitel'nyj turizm v Rossii: osnovnye ponyatiya i problemy razvitiya [Sports and health tourism in Russia: basic concepts and development problems]. *Vestnik Nacional'noj akademii turizma [Bulletin of the National Academy of Tourism]*, 4, 62-64. (In Russ.).
5. **Gerasimov, S. V., & Konyshev, E. V.** (2014). Fenomen sportivno-ozdorovitel'nogo turizma [The phenomenon of sports and health tourism]. *Turizm v glubine Rossii [Tourism in the depth of Russia]: Proceedings of the III International Scientific Seminar*, 60-66. (In Russ.).
6. **Dremina, A. V.** (2017). Sportivno-ozdorovitel'nyj turizm kak sredstvo organizacii dosuga u shkol'nikov [Sports and health tourism as a means of organizing leisure for schoolchildren]. *Innovacionnaya nauka [Innovative Science]*, 2-2, 170-172. (In Russ.).
7. **Drogov, I. A.** (2019). Puti resheniya kadrovogo obespecheniya sistemy detsko-yunosheskogo turizma i kraevedeniya, sportivno-ozdorovitel'nogo turizma [Ways of solving personnel support for the system of children and youth tourism and local history, sports and health tourism]. *Aktual'nye voprosy sostojaniya i razvitiya detsko-yunosheskogo i sportivno-ozdorovitel'nogo turizma [Topical issues of the state and development of children and youth and sports and health tourism]: Collection of scientific articles based on the materials of the International Scientific and Practical Conference*, 69-73. (In Russ.).
8. **Zyryanov, A. I., Korolev, A. Yu., Myshlyavtseva, S. E., & Safaryan, A. A.** (2017). Organizaciya territorij aktivnogo turizma na Urale [Organization of active tourism territories in the Urals]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 11(3), 130-141. (In Russ.).
9. **Konyshev, E. V., & Gerasimov, S. V.** (2018). Razvitie sportivno-ozdorovitel'nogo turizma v Kirovskoj oblasti [Development of sports and health tourism in the Kirov region]. *Sovershenstvovanie sistemy fizicheskogo vospitaniya, sportivnoj trenirovki, turizma i ozdoroveniya razlichnykh kategorij naseleniya [Improving the system of physical education, sports training, tourism and health improvement of various categories of the population]: Collection of materials of the XVII All-Russian scientific-practical conference with international participation*, 541-546. (In Russ.).
10. **Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A., & de Araújo, A. F.** (2020). Health and Sport. Economic and Social Impact of Active Tourism. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 10(1), 70-81. doi: 10.3390/ejihpe10010007.
11. **Buckley, R. C.** (2006). *Adventure Tourism*. Wallingford: CAB International.
12. **Košćak, M., & O'Rourke, T.** (2018). Active & adventure tourism in the planning of local destination management – with case studies from Slovenia and Scotland. In book: *Responsible hospitality: inclusive, active, green*, 95-123. doi: 10.18690/978-961-286-226-8.6.

УДК 911.3:316

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10105

**КРУЖАЛИН Виктор Иванович**

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, РФ)  
доктор географических наук, профессор; v.kruzhalin@gmail.com

**ЛУКЪЯНЕНКО Екатерина Алексеевна**

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского  
(Симферополь, Респ. Крым, РФ)

Севастопольский государственный университет (Севастополь, РФ)  
кандидат географических наук, доцент; ekaterina.lyk@gmail.com

**ШАБАЛИН Александр Дмитриевич**

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, РФ)  
аспирант; shabsasha@yandex.ru

## КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ВИННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

В последние десятилетия всё большую популярность приобретает такие нишевые направления туристско-рекреационной деятельности как гастрономический и винный туризм. Традиционная кухня и продукты местного производства выступают как полноценные факторы формирования ядер туристских дестинаций и притяжения туристов. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года данный вид туризма назван приоритетным, проекты гастрономического и винного туризма привлекают инвесторов и обеспечиваются активной государственной поддержкой. В статье рассматриваются особенности и возможности развития одного из направлений гастрономического туризма – винного или энотуризма в Российской Федерации в контексте кластерного подхода. Кластер винного туризма – перспективное пространственно-организационное образование, представляющее собой совокупность винодельческих предприятий и туристских компаний, использующих ресурсы территории. Также в кластер винного туризма входят инфраструктурные объекты, образовательные и научно-исследовательские организации, обеспечивающие инновационное развитие территории в целом. Развитие кластеров винного туризма находится в нашей стране на начальном этапе. Первый кластер винного туризма – «Долина Дона» – создан в Ростовской области в 2015 г. Такая модель учитывает интересы всех участников туристско-рекреационного кластера, а также обеспечивает устойчивое социально-экономическое развитие региона. Создание последующих кластеров винного туризма на территории России будет содействовать эффективному использованию туристско-рекреационных ресурсов, развитию туризма, увеличению турпотока, развитию смежных производств и отраслей. Особые перспективы по созданию кластеров винного туризма есть у Республики Крым и г. Севастополя. В статье приводится организационная структура винного кластера г. Севастополя. Развитие винного кластера в Севастополе даст возможность диверсифицировать туристский продукт города, продлить высокий сезон, сформировать дополнительные ядра туристского интереса в виде винных фестивалей, экскурсий на винодельческие предприятия, оздоровительных процедур энотерапии.

**Ключевые слова:** винный туризм, энотуризм, кластер винного туризма, устойчивое социально-экономическое развитие, диверсификация туристских продуктов и услуг

**Для цитирования:** Кружалин В.И., Лукьяненко Е.А., Шабалин А.Д. Кластерный подход в развитии винного туризма в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 61–69. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10105.

**Дата поступления в редакцию:** 17 января 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 21 февраля 2021 г.

UDC 911.3:316

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10105

**Viktor I. KRUSHALIN***Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)**PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: v.kruzhalin@gmail.com***Ekaterina A. LUKYANENKO***V. I. Vernadsky Crimean Federal University (Simferopol, Crimea)**Sevastopol State University (Sevastopol)**PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: ekaterina.lyk@gmail.com***Alexander D. SHABALIN***Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)**Postgraduate Student; e-mail: shabsasha@yandex.ru*

## CLUSTER APPROACH TO THE WINE TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

**Abstract.** *In recent decades, niche tourist and recreational activities such as gastronomic and wine tourism have become increasingly popular. Traditional cuisine and local products act as full-fledged factors in the formation of the cores of tourist destinations and the attraction of tourists. In the Strategy for the Tourism Development in the Russian Federation until 2035, this type of tourism is named a priority, gastronomic and wine tourism projects attract investors and are provided with active state support. The article examines the possibilities and features of wine or enotourism, one of the gastronomic tourism development directions in the Russian Federation, in the paradigm of the cluster approach. Wine tourism cluster is a promising spatial and organizational entity, which is a collection of wine-making enterprises and tourist companies that use the resources of the territory. Also, the wine tourism cluster includes infrastructure facilities, educational and research organizations that ensure the innovative development of the territory as a whole. The development of wine tourism clusters is at an early stage in our country. The first cluster of wine tourism, “Don Valley”, was created in Rostov region in 2015. This model considers the interests of all participants in the tourism and recreation cluster, and also ensures sustainable socio-economic development of the region. The creation of subsequent clusters of wine tourism in Russia will contribute to the effective use of tourist and recreational resources, the development of tourism and related industries, and increase in tourist flow. The Republic of Crimea and the city of Sevastopol have special prospects for creating wine tourism clusters. The article presents the organizational structure of the wine cluster in Sevastopol. The development of a wine cluster in Sevastopol will make it possible to diversify the city’s tourist product, extend the high season, form additional nuclei of tourist interest in the form of wine festivals, excursions to wineries, enotherapy health procedures.*

**Keywords:** *wine tourism, wine tourism cluster, sustainable socio-economic development, diversification of tourism products and services.*

**Citation:** Kruzhalin, V. I., Lukyanenko, E. A., & Shabalin, A. D. (2021). Cluster approach to the wine tourism development in Russia. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 61–69. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10105. (In Russ.).

**Article History**

Received 17 January 2021

Accepted 21 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

### Введение

В последние десятилетия всё большую популярность приобретает гастрономический туризм, соответствующий глобальной тенденции «еда, напитки + приключения» [9]. Долгое время гастрономический туризм рассматривался в качестве дополнения к основной программе тура, т.е. не был достаточной мотивацией для путешествия. Сейчас традиционная кухня и продукты местного производства выступают как полноценные факторы формирования ядер туристских дестинаций и притяжения туристов. Конечно, данное направление туризма не массовое, специфичное, что относит его к нишевым видам туризма. По данным ЮНВТО, 30% мотивации на путешествия связаны с гастрономией, более 1/3 туристских расходов приходятся на еду и напитки<sup>1</sup>. Среди различных видов гастрономического туризма особое место занимает винный или энотуризм.

Активное развитие винного туризма определяет необходимость научно-теоретической обработки основных понятий и принципов для обеспечения надлежащего качества туристского продукта и внедрения инновационных технологий туристского обслуживания.

**Основные подходы к понятию винного туризма и факторы, определяющие его развитие.** Согласно «Ассамблее европейских сельских районов» (AREV), винный туризм охватывает все сферы деятельности, в которых «вино и местная гастрономия каждого региона связаны с культурой – материалом или иным образом». Различные авторы обращают внимание на сочетание культуры и винного туризма. В качестве ключевого мотива путешествия рассматривается дегустация вина.

В настоящее время отсутствует единая трактовка винного туризма / энотуризма. По мнению многих авторов [3, 9], «винный туризм – тематический вид туризма, который предполагает ознакомление с производством, традициями потребления, дегустацию и приобретение алкогольных

напитков непосредственно у производителя в конкретном регионе».

Анализ научной литературы по вопросам винного туризма показал, что большинство источников рассматривают винный туризм как вид туризма, целью которого является посещение винодельческих хозяйств с экскурсиями, дегустация производимых ими вин и других напитков, а также других мероприятий, имеющих подобную тематику. При этом практически все авторы отождествляют понятия «винный туризм» и «энотуризм».

В понятие «винный туризм» можно включить следующие виды деятельности: экскурсии по виноградникам и винодельческим предприятиям; знакомство с технологией изготовления вина; историей виноделия, традициями употребления вина, а также посещение музейных комплексов и выставок сданной тематикой; дегустация напитков из местных сортов винограда на предприятии; посещение ресторанов, предлагающее участие в мастер-классах; посещение винных фестивалей.

В развитии винного туризма необходимо соблюдение следующих фундаментальных принципов: аутентичности, аттрактивности, комплексности, культуры потребления вина [8].

Принцип аутентичности состоит в том, чтобы пробовать вина только в местах его производства.

Принцип аттрактивности и сенсорной активности подразумевают организацию винных туров, когда помимо знакомства непосредственно с вином, туристы получают незабываемые впечатления от соприкосновения и технологическим процессом производства вина, сопутствующими сервисами, относящимися к виноделию.

Принцип культуры потребления подразумевает соблюдение культуры употребления алкогольных напитков и соблюдения их сочетания с блюдами.

Принцип комплексности подразумевает создание комплексного туристского продукта на основе винодельческого производства, но с учетом факторов развития винного туризма, в число которых входят: политические, социально-экономические, экологические, технологические, право-

<sup>1</sup> Концепция развития виноделия в городе федерального значения Севастополе. Севастополь.: Законодательное собрание г. Севастополя, 2019. URL: <https://sevizakon.ru/3240/>

вые, культурологические и этнические особенности.

К ключевым факторам и условиям развития винного туризма следует отнести:

1. Туристско-рекреационный потенциал территории, наличие объектов туристского показа. В первую очередь, это терруары – места произрастания виноградных лоз, с особыми почвенно-климатическими условиями, являющиеся самостоятельным объектом туристского показа. В первую очередь, это терруары – места произрастания виноградных лоз, с особыми почвенно-климатическими условиями, являющиеся самостоятельными объектами туристского показа. Во-вторых, концентрация на территории культурно-исторических объектов, что дает возможность диверсифицировать туристские услуги. В-третьих, развитие на одной территории нескольких тематических кластеров. Анализ развития тематических направлений туризма в Европе показал эффективность совмещения кластеров культурно-познавательного и винного туризма на одной территории (например, осмотр Авиньона и дегустация вин долины р. Рона), агропромышленных кластеров и кластеров винного туризма (например, устричные фермы и местные вина Каталонии) и т.д.

2. Общая и специальная туристская инфраструктура, включающая средства размещения, предприятия питания и т.д., соответствующая современным требованиям к качеству и разнообразию предоставляемых услуг. Важно наличие предприятий розничной торговли и сувенирной продукции. Помимо наличия самих объектов, необходимо учитывать их транспортную доступность.

3. Информационная обеспеченность территории, включая возможность использования мобильных приложений для выбора и бронирования маршрутов винного туризма.

4. Поддержка развития предприятий винного туризма со стороны общественных (ассоциации) и государственных структур. Американский опыт развития кластеров винного туризма показал эффективность наличия в них профессиональных общественных объединений, занимающихся вопросами стандартизации продукции и

услуг, поддержкой предпринимательства и законодательством. Государственные структуры – органы исполнительной власти – призваны разрабатывать и внедрять соответствующие программные документы: концепции, программы, стратегии развития винного туризма.

5. Устойчивое развитие территории. Объекты винного производства при тщательном планировании и управлении способствуют решению вопросов устойчивого социально-экономического развития территории посредством создания новых рабочих мест, внедрения экологических принципов в виноградарство и виноделие, повышения привлекательности региона и значимости его в глазах гостей и местных жителей, улучшения состояния объектов общей инфраструктуры [3].

**Научно-методические подходы к формированию кластеров винного туризма.** Кластеры, как форма взаимодействия предприятий и организаций, активно изучается благодаря популярности работ М. Портера по стратегическому планированию [7].

Туристско-рекреационный кластер – группа географически соседствующих и взаимодействующих на принципах государственно-частного партнерства компаний, научно-образовательных и общественных организаций, органов государственного управления, формирующих и реализующих туристские продукты и услуги на основе использования туристско-рекреационного потенциала территории [2].

Для развития туризма в российских регионах в настоящее время используется кластерный подход. Эффективность развития регионального туристско-рекреационного комплекса определяется территориальной концентрацией мест создания и реализации туристских продуктов и услуг; межотраслевым характером взаимоотношений, нематериальностью продуктов и услуг, значительной долей малых и средних предприятий бизнеса.

Основу туристско-рекреационных кластеров составляют уникальные туристско-рекреационные ресурсы территории. На их основе создаются ключевые туристские

продукты и услуги, которые востребованы местными жителями и гостями территории. В туристско-рекреационные кластеры обычно входят предприятия туристской индустрии, а также представители региональных органов исполнительной власти, научно-образовательные организации, профессиональные общественные объединения.

Основные концептуальные моменты формирования и управления туристско-рекреационными кластерами изложены в Концепции кластерной политики в РФ, принятой правительством РФ в 2008 г., Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (на 2011–2018 годы)».

В рамках реализации ФЦП осуществлено строительство 45 кластеров в 35 регионах Российской Федерации на общую сумму более 117,3 млрд руб., в том числе за счет средств: федерального бюджета – 24,5 млрд руб.; бюджета субъектов Российской Федерации – 7,6 млрд руб. и внебюджетных источников – 85,0 млрд руб.

Построено и введено в эксплуатацию 327 объектов туристской инфраструктуры, в стадии завершения строительства находятся 332 объекта. Профинансировано строительство 213 объектов общей инфраструктуры, из них 156 введены в эксплуатацию. Создано более 18 тыс. рабочих мест<sup>2</sup>.

Кластер винного туризма можно назвать «сборным кластером», поскольку он сочетает в себе признаки агропромышленного, инновационного и туристско-рекреационного.

Создание кластера винного туризма инициируется органами исполнительной власти региона при участии местных жителей, инициативной общественности. На завершающем этапе проектирования винного кластера создается управляющая компания, которой делегированы полномочия управления. Управляющая компания – юридическое лицо, сформированное на принципах государственно-частного партнерства с элементами самоуправления [1]. Важным моментом является включение винного кластера в программные документы территориального развития

(концепции, программы, стратегии, мастер-планы). Такая модель учитывает интересы всех участников туристско-рекреационного кластера, а также обеспечивает устойчивое социально-экономическое развитие региона.

В структуре кластера винного туризма можно выделить 3 уровня участников [8]:

1 уровень – ядро кластера. В ядре кластера винного туризма выделяются 2 ключевых блока: туристский блок и винный блок, объединенные производством туристского продукта – винным туром. Соответственно, к предприятиям, составляющим ядро кластера, относятся: производители вина (винодельческие перерабатывающие предприятия), виноградари, туристские компании (туроператоры и турагенты), экскурсионные бюро;

2 уровень – смежные компании: структуры, обеспечивающие эффективную деятельность виноградарских предприятий и винодельческих компаний посредством производства удобрений, пестицидов и т.д. Также в данный блок входят предприятия, производящие оборудование для сбора урожая, и оборудование для бутилирования вина. Службы взаимодействия туристского и винного блоков организации и предприятия, входящие в ядро кластера винного туризма, имеют дополнительные источники дохода за счет дегустаций, ознакомительных экскурсий, реализации винодельческой продукции и сувениров;

3 уровень – предприятия общей, специальной туристской, государственной и инновационной инфраструктуры: средства размещения и предприятия питания, транспортные компании, образовательные, научно-исследовательские организации, представители органов исполнительной власти, PR-компании и т.д. [5].

Из этой структуры следует вывод, что предприятия 1 и 2 уровней относятся как к туристскому, так и к агропромышленному кластерам, являются центром сосредоточения производства, реализации вина, туристских продуктов и услуг, дополнительной продукции. Спрос на туры в винные регионы дал старт развитию туристской инфраструктуры, и в кластер вошли представители турбизнеса – туроператоры и

<sup>2</sup> Федеральное агентство по туризму, 2021. URL: <http://tourizm.gov.ru>

турагенты, отели, рестораны, экскурсионные бюро и т.д. Уровень 3 включает в себя компании и организации, которые представляют собой инновационную часть кластера, отвечающие за инновационную деятельность на всех этапах: от разработки научных идей и методик до внедрения их в бизнес-планы предприятий и организаций, в том числе в части продвижения продуктов и услуг [6].

В кластере винного туризма также есть предприятия, обеспечивающие эффективное функционирование рынка вина – органы стандартизации, исследовательские центры и университеты, которые занимаются подготовкой кадров, торговые учреждения и др. [11].

Таким образом, кластер винного туризма – это географическая концентрация и технологическое взаимодействие предприятий винодельческого, агропромышленного, туристско-рекреационного и инновационных комплексов, объединенных на принципах государственно-частного партнерства при определенной самоорганизации с целью продвижения и обеспечения конкурентоспособности туристских и винодельческих возможностей региона за счет формирования эффективных внутри- и межотраслевых связей [11].

**Проблемы и перспективы развития кластеров винного туризма в Российской Федерации.** В Российской Федерации кластеры винного туризма находятся в стадии формирования. Основными регионами, являющимися ведущими в отрасли виноделия Российской Федерации, являются Республика Крым и Краснодарский край. Также перспективным регионом является Ростовская область, Республика Дагестан и Ставропольский край. Лидирующим регионом по площади виноградников является Республика Крым (более 18 тыс. га). Далее следуют Краснодарский край, Республика Дагестан, Ставропольский край и Ростовская область.

На развитие виноделия в России оказывает влияние совокупность факторов, исторического, экономического, нормативно-правового характера, в т.ч. и лимитирующего свойства:

- изменение объемов потребления вина (сейчас россияне выходят на

уровень 1970-х годов с потреблением 15 л в год на человека);

- резкое сокращение площадей виноградников посредством вырубки столовых и технических сортов винограда вследствие проведения антиалкогольной кампании 1985 года;
- изменение в структуре реализации продукции (российские виноделы на сегодняшний день обеспечивают менее половины рынка вина, то есть в структуре рынка преобладает импортная продукция);
- рост акцизов и общих цен;
- слабая государственная поддержка инвестиций в виноградарство и виноделие;
- сложность с получением землеотводов.

Динамичное развитие кластерной политики в Российской Федерации нашло отражение в создании первого винного кластера «Долина Дона» в Ростовской области. Сейчас в Ростовской области функционирует 7 крупных винодельческих предприятий и 25 крестьянско-фермерских хозяйств, которые специализируются на культивировании эксклюзивных донских сортов, помимо традиционных лоз. Наличие аутентичных сортов винограда позволяет винодельческим предприятиям Ростовской области производить вина с защищенным географическим наименованием.

В сентябре 2015 года было подписано соглашение о создании кластера, куда вошли 5 крупных винодельческих предприятий и производств, общественные организации, научно-исследовательский институт, финансовые структуры<sup>3</sup>.

Республика Крым и г. Севастополь имеют все предпосылки для создания и развития кластеров винного туризма. Прежде всего это богатая история виноделия, которая берет начало еще с античных времен. Регион обладает особыми почвенно-климатическими условиями на территориях про-

<sup>3</sup> В Ростове утвердили стратегию винодельческого кластера. Ростов-на-Дону: Официальный портал правительства Ростовской области. URL: <http://www.donland.ru/news/Na-Donu-podpisali-strategiyu-razvitiya-vinodelcheskogo-clastera?pageid=92218&mid=83793&itemId=66209/>

израстания лозы, именуемых терруаром. Винодельческие хозяйства производят продукцию только из собственного винограда и по классическим технологиям. Способствовать развитию кластера будет имеющаяся в Севастополе особая экономическая зона, предоставляющая преференции и экономические стимулы своим резидентам.

Район г. Севастополя является перспективным местом для развития кластерного виноделия. Это обусловлено не только историческими предпосылками, но также неповторимым терруаром, наличием аборигенных сортов винограда, неосвоенных земель, пригодных для виноделия, а также значительным кадровым потенциалом. Кроме этого, создание кластера виноделия послужит толчком к созданию более тесных связей с отраслью туризма и может привлечь дополнительный поток туристов в регион. Особенность Севастопольской зоны состоит в том, что большинство винодельческих предприятий представляют собой хозяйства полного цикла (от выращивания винограда до производства конечной продукции), что позволяет выпускать продукцию в соответствии с мировыми стандартами качества. К основным крупным винодельческим предприятиям относятся: Инкерманский завод марочный вин (ИЗМВ), агрофирма «Золотая Балка», Севастопольский винзавод (СВЗ), ООО «Вей Унд Вассер», ООО «Усадьба Графская Балка», ООО «Бельбек» и др. Помимо крупных и более мелких винодельческих предприятий, производящих уникальные авторские вина (вина О. Репина, П. Швеца, Р. Акчурина, В. Захарьина), в кластер винного туризма должны войти Севастопольский государственный университет, Центр развития туризма г. Севастополя, туристские компании региона. На основе предложенной концепции создания кластера винного туризма, была создана схема, наглядно отображающая его структуру (рис. 1).

Центром кластера винного туризма может стать агрофирма «Золотая Балка». Завод не только модернизирует свое производство, но и развивает винный туризм посредством организации масштабных фестивалей, организации экскурсий и дегустаций, а также предоставляет другие услу-

ги (квесты, фотосессии, поездки на квадроциклах по виноградникам и т.д.).

Создание кластера винного туризма в Севастополе будет способствовать:

1) увеличению туристского потока в регион и расширению рамок туристского сезона. Существующее в Севастополе одно малое винодельческое хозяйство способно привлечь от 600 человек в год. При дополнительном продвижении возможно увеличение до 2,5 тысяч человек. При создании планируемых 200 хозяйств г.Севастополь может привлечь около 500 тыс. туристов в год. Благодаря этому будут созданы дополнительные рабочие места;

2) развитию событийного туризма. Важным инструментом привлечения внимания туристов к виноделию может послужить проведение фестивалей, в рамках которых туристам могут предлагать разнообразные аттракции;

3) расширению возможностей гастрономического туризма. Расширение предложения в сегменте качественных вин г. Севастополя может послужить хорошим стимулом для местных рестораторов для пересмотра концепции их заведений с сезонной на круглогодичную, или тематическую<sup>4</sup>;

4) развитию промышленного туризма. Промышленный туризм – нишевое перспективное направление туризма, предполагающее знакомство туристов с основами и технологиями производства вина, условиями произрастания винограда и т.д.;

5) развитию услуг энотерапии. Повышенный интерес к энотерапии объясняется использованием виноматериала в косметологии. Так, виноградные косточки содержат большое количество активных веществ (полифенолов), которые способны выводить свободные радикалы, образующиеся под действием ультрафиолета, загрязненного воздуха и стресса [4].

Таким образом, создание кластера винного туризма позволит не только укрепить сотрудничество между уже существующими винодельческими хозяйствами и

<sup>4</sup> Концепция развития виноделия в городе федерального значения Севастополь. Севастополь: Законодательное собрание г. Севастополя, 2019. URL: <https://sevizakon.ru/3240/>

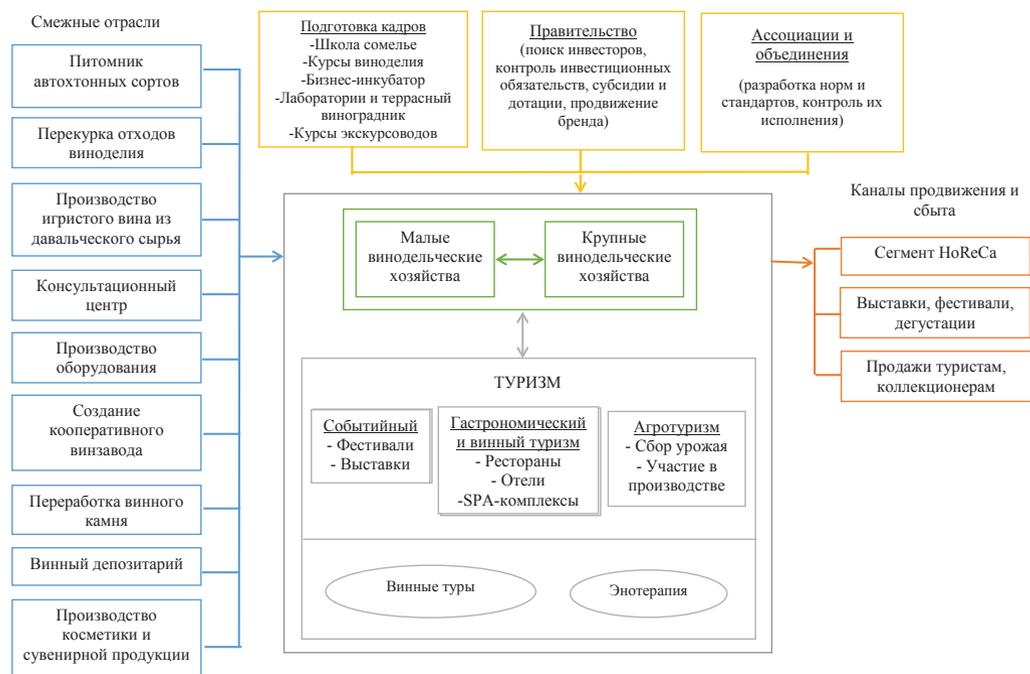


Рис. 1 – Схема кластера винного туризма в г. Севастополе

Fig. 1 – Scheme of a wine tourism cluster in Sevastopol

предприятиями смежных отраслей, но и будет способствовать появлению новых направлений хозяйственной деятельности, повышению привлекательности территории, а значит устойчивому социально-экономическому развитию региона.

### Выводы

Винный туризм относится к нишевым направлениям туристской деятельности. В настоящее время ни определение винного туризма, ни его научное обоснование в должной мере не представлены. Использование кластерного подхода в развитии туризма продемонстрировало свою эффективность как за рубежом, так и в Российской Федерации. По итогам реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (на 2011–2018 годы)» в 35 субъектов было создано 45 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров на сумму 117,3 млрд руб. Кластерный подход применим и к винному туризму. Кластер винного туризма представляет собой сочетание туристского и винного кластера, ре-

зультатом взаимодействия которых является продукт кластера винного туризма – винный тур. Помимо винодельческих предприятий и туристских организаций в кластер винного туризма входят обеспечивающие предприятия, органы исполнительной власти, общественные организации, научно-образовательные структуры. Формирование кластеров винного туризма в России находится на первоначальном этапе. Первый кластер винного туризма был создан в 2015 г. в Ростовской области. Значительные перспективы к формированию винного кластера есть у г. Севастополя. Создание кластера винного туризма на территории Севастополя будет содействовать эффективному использованию туристско-рекреационных ресурсов, развитию туризма, увеличению турпотока, развитию смежных производств и отраслей. Для винодельческих предприятий объединение в кластер будет выгодным за счет возможности продвижения продукции виноделов под общим брендом и укреплению позиции на рынке.

## Список источников

1. **Бойко А.Е.** Формирование туристского кластера как приоритетное направление устойчивого развития территорий // Мат. II регион. науч.-практ. конф., 2009. С. 9-11.
2. **Кружалин В.И., Шабалина Н.В. и др.,** География туризма. М.: Фед. аг-во по туризму, 2014. 336 с.
3. **Литвинова Т.В., Петрова Е.В.** Краснодарский край: Конкурентоспособность виноделия. Основные факторы и параметры оценки конкурентоспособности виноделия Краснодарского края // Российское предпринимательство. 2010. №2. С. 1-5.
4. **Маньшина Н.В.** Курортология для всех. За здоровьем на курорт. М.: Вече, 2007. 592 с.
5. **Мирослюбова Т.В.** Закономерности и факторы формирования и развития региональных кластеров: Монография. Пермь: Изд-во Гос. нац. иссл. ун-т, 2013. 283 с.
6. **Монастырный Е.А.** Инновационный кластер // Инновации. 2006. №2. С. 38-43.
7. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
8. **Страчкова Н.В., Попова А.Ю.** Модель винного кластера: структурно-функциональный аспект // Географический вестник. Туризм и рекреационная география. 2017. №4(43). С. 169–175. doi: 10.17072/2079-7877-2017-4-169-175.
9. **Халалпурдина В.В.** К вопросу о развитии винного туризма в мире на современном этапе // Ученые записки Крымского федерального ун-та им. В.И. Вернадского. География. Геология. 2018. Т.4. №3. С. 80-85.
10. **Fields K.** Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors // *Tourism and gastronomy*. 2002. Vol.4. Iss. 2. Pp. 36-50.
11. **Kirschner T.** Tourism Clusters – a model for the development of innovative tourism products. 2012. URL: <https://www.slideserve.com/sidney/tourism-clusters-a-model-for-the-development-of-innovative-tourism-products-thorsten-kirschner-cluster-manager> (Accessed on January 11, 2021).

## References

1. **Boyko, A. E.** (2009). Formirovaniye turistskogo klastera kak prioritetnoye napravleniye razvitiya territoriy [Formation of a tourist cluster as a priority direction of sustainable development of territories]. In coll.: *Materialy II regional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Materials of the II regional scientific and practical conference]*, 9-11. (In Russ.).
2. **Kruzhalin, V. I., & Shabalina, N. V. et al.** (2014). *Geografiya turizma [Geography of tourism]: A textbook*. Moscow: Federal Agency for Tourism. (In Russ.).
3. **Litvinova, T. V., & Petrova, E. V.** (2010). Krasnodarskiy kray: Konkurentosposobnost' vinodeliya. Osnovnyye faktory i parametry konkurentosposobnosti vinodeliya Krasnodarskogo kraya [Krasnodar Territory: Competitiveness of Winemaking. The main factors and parameters for assessing the competitiveness of winemaking in the Krasnodar Territory]. *Rossiyskoye predprinimatel'stvo [Russian Entrepreneurship]*, 2, 1-5. (In Russ.).
4. **Manshina, N. V.** (2007). *Kurortologiya dlya vseh. Za zdorov'yem na kurort [Spa treatment for everyone. For health at the resort]*. Moscow: Veche. (In Russ.).
5. **Miroyubova, T. V.** (2013). *Zakonomernosti i faktory formirovaniya i razvitiya regional'nykh klasterov [Regularities and factors of formation and development of regional clusters]: A monograph*. Perm: The State National Research Un-ty. (In Russ.).
6. **Monastyrnyy, E. A.** (2006). Innovatsionnyy klaster [Innovation cluster]. *Innovatsii [Innovations]*, 2, 38-43. (In Russ.).
7. **Porter, M.** (1993). *Mezhdunarodnaya konkurentsia. Konkurentnyye preimushchestva stran [International competition. Competitive advantages of countries]*. Moscow: International relations. (In Russ.).
8. **Strachkova, N. V., & Popova, A. Y.** (2017). Model' vinnogo ustroystva: strukturno-funktsional'nyy klasternyy aspekt [Wine cluster model: structural and functional aspect]. *Geograficheskiy Vestnik. Turizm i rekreatsionnaya geografiya [Geographic Bulletin. Tourism and recreational geography]*, 4(43), 169–175. doi: 10.17072/2079-7877-2017-4-169-175. (In Russ.).
9. **Khalalpurdina, V. V.** (2018). K voprosu o razvitiy vinnogo turizma v mire na sovremennom etape [On the development of wine tourism in the world at the present stage]. *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universitet imeni V.I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya [Scientific notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Geography. Geology]*, 4(3), 80-85. (In Russ.).
10. **Fields, K.** (2002). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. *Tourism and gastronomy*, 4(2), 36-50.
11. **Kirschner, T.** (2012). *Tourism Clusters – a model for the development of innovative tourism products* URL: <https://www.slideserve.com/sidney/tourism-clusters-a-model-for-the-development-of-innovative-tourism-products-thorsten-kirschner-cluster-manager> (Accessed on January 11, 2021).

**Elena R. SHARKO**

UDC 338.48

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10106

Lomonosov Moscow State University;  
Institute of Scientific Information on Social Sciences,  
Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)  
PhD in Economics; Research Center for Network Economy, Analyst;  
Researcher of the Department of economics; e-mail: ersharko@yandex.ru

## FUTURE OF NICHE TOURISM: DIVING IN RUSSIAN WATER AREAS

**Abstract.** This article discusses the role of niche tourism as a special type of tourist attractions that form a unique tourist product. The goal of the study is to identify promising ways to boost of extreme diving tours offered in Russia, including possible ways to improve the skills of divers in order to expand the range of diving services adaptive for tourism. A systematic and situational approach, as well as formal logical analysis and desk research are the main research methods. Based on a literature review on the approaches to understanding the specific features of niche types of diving and the importance of tourist impressions in the formation of customer loyalty, the author discusses the development of such types of diving as Cave Diving and Bog Diving in Russia and abroad, as well as the main trends that affect the prospects for boost. Among these are: the search for effective combinations of regular tours with new elements of different types of diving; the popularization of extreme diving training programs not only within the framework of volunteer programs or as a personal hobby of individual clients, but also as an integral part of a tourist product with increased value for the client; the formation of diving infrastructure from the position of a tourist object. The main paths of further research are a comparative analysis of the best management practices and the development of a system of indicators for assessing the quality of a niche tourist product provided to visitors of Russia's diving centers.

**Keywords:** diving, customer experience, niche tourism, cave and bog diving, tourist product, extreme tourism

**Citation:** Sharko, E. R. (2021). Future of niche tourism: diving in Russian water areas. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 70–80. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10106.

### Article History

Received 5 February 2021

Accepted 25 February 2021

### Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

**ШАРКО Елена Романовна**

УДК 338.48

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10106

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова;  
Институт научной информации по общественным наукам РАН (Москва, РФ);  
кандидат экономических наук, аналитик;  
научный сотрудник отдела экономики; *ersharko@yandex.ru*

## БУДУЩЕЕ НИШЕВОГО ТУРИЗМА: ДАЙВИНГ В РОССИЙСКИХ АКВАТОРИЯХ

В статье рассматривается роль нишевого туризма как особого вида туристских аттракций, формирующих уникальный туристский продукт. Целью представленного исследования является определение перспективных направлений развития предлагаемых в России экстремальных дайвинг-туров, в том числе возможных способов повышения квалификации дайверов с целью расширения ассортимента дайвинг-услуг адаптивных для туризма. Основными методами исследования послужили системный и ситуационный подход, а также формально-логический анализ и кабинетное исследование. На основе обзора научной литературы, в которой представлены подходы к пониманию специфических особенностей нишевых типов дайвинга и значимости впечатлений туриста при формировании клиентской лояльности, автор характеризует развитие таких типов дайвинга как пещерный и болотный дайвинг в России и за рубежом, а также основные тенденции, оказывающие влияние на перспективы их развития. Среди основных тенденций могут быть отмечены: поиск эффективных комбинаций регулярных туров с новыми элементами разных типов дайвинга; популяризация программ подготовки по экстремальному дайвингу не только в рамках волонтерских программ или в аспекте личного хобби отдельных клиентов, но и как неотъемлемая часть туристического продукта с повышенной ценностью для клиента; формирование дайвинг-инфраструктуры с позиции туристического объекта. Основными направлениями дальнейших исследований являются сравнительный анализ лучших практик управления и разработка системы показателей для оценки качества нишевого туристического продукта, предоставляемого посетителям российских дайвинг-центров.

**Ключевые слова:** дайвинг, клиентские впечатления, нишевый туризм, пещерный и болотный дайвинг, туристский продукт, экстремальный туризм

**Для цитирования:** Шарко Е.Р. Будущее нишевого туризма: дайвинг в российских акваториях // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 70–80. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10106.

**Дата поступления в редакцию:** 5 февраля 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 25 февраля 2021 г.

## Introduction

In the post-covid phase of the Russian economy, tourism is once again beginning to gain momentum. Until the spring of 2020, both domestic and outbound tourism in Russia reached its peak: strategic support from the state contributed to the emergence of new vectors for the development of domestic tourism and this led to the emergence of new tourist routes, the development of author tours and the creation of new niches in tourism [14].

Tourism development gives many countries of the world the opportunity to attract capital and financial resources to the general state budget, thereby increasing cash receipts in strategic sectors of the country, according to the tourism multiplier effect, which in combination with state policies and sustainable development programs, contributes to the development of the tourism business, the creation and expansion of opportunities for tourist centers, improving the infrastructure of tourist destinations, as well as improving the standard of living of the population [1]. The state ought to regulate tourism activities in the country in accordance with the concept of sustainable development as a matter of priority.

From the point of view of marketing promotion of new niches in tourism, it is important to highlight the features and specific characteristics of each such unique niche in order to correctly orient consumers to the motives to choose a new niche for organizing their own leisure.

Diving tourism, as a new niche in Russian tourism, is becoming popular by a few reasons: first, people in general have become more likely to choose active recreation (the main motives: a healthy lifestyle, the wish to visit different parts of the world, to experience strong emotions and adrenaline-fear of heights, depths, speed, animals, dangerous food, etc.); secondly, the environmental disaster of many natural areas (previously beautiful and attractive) forces many people to visit such places free of charge and improve their condition with their work (garbage collection, cleaning of reservoirs and forests, planting of rare plants, etc.). In this regard, diving tourism can meet the needs of several segments

of tourists at once, which justifies its rapid development.

In this article, we will discuss the role of the development of diving tourism in Russia as an eco-tourism niche, which in recent years has been gaining great popularity both in foreign resorts among Russian tourists, and is characterised by an increased demand for foreign tourists, especially in the freshwaters of our country.

Diving tourism is a specialized sports and entertainment center created with a specific function, which provides an opportunity for visitors to dive into marine and freshwaters without long-term preliminary training and certification under the supervision of professional instructors in order to study and familiarize themselves with the specific features of the diving halo (alternative tourism) or to clean up the water area to improve the ecological condition (eco-tourism) [5; 21].

The structure of the article is as follows. First, we provide a brief overview of the literature on niche tourism as objects of tourism marketing, as well as structure the features and distinctive characteristics of diving tourism in the Russian reality. Secondly, we describe the promising areas of development of diving tourism in Russia and abroad. Third, we discuss the main trends that affect the future development of diving centers, especially in cooperation with ecotourism and the “green” economy. The final section provides conclusions and suggestions for future research.

### Diving: environmental, social and economic aspects

Diving tourism has recently become a multibillion-dollar industry, attracting millions of people to explore the underwater world [3; 19]. The 2010 diving boom led to an increased flow of investment in a variety of products, from the retail sale of diving goods to the organization of dives in popular diving centers and little-known water spaces, stimulating the emergence and growth of the number of diving schools, diving equipment stores [4]. Like all tourism industries, diving requires careful consideration of whether it is based on the three pillars of sustainability: environmental, social, and economic [7; 17]. This fact occurs in the aspect of the powerful potential that the diving tourism industry has to imple-

ment and promote nature conservation, attract tourism, generate income, improve the quality of life of people and motivate their own pride – every dive, because of its danger, is equated with an achievement [11].

Any water space, from a small pond, river and to the ocean, is actively used by people for recreation and leisure and is an attractive object of tourism. Water resources are used for the development of recreational beach, beach-bathing, water, cruise and wellness tourism, yachting and diving, surfing, windsurfing [8].

Water tour is a type of active tourism that combines all the trips associated with active ways of movement and recreation on the water. In this case, the focus is only on diving centers of tourist orientation – recreational diving – diving for tourists with the goal of obtaining pleasure and primary experience (professional diving will not be considered in this study).

Recreational diving is diving, positioned for recreation, entertainment. There are safety and accessibility at the forefront. Unlike sports (professional) diving, recreational diving removes restrictions on the level of training received by a diver in technical courses. IANTD<sup>1</sup> and TDI<sup>2</sup> define this type of diving as “any dive into an over-the-head environment outside of the daylight zone, any dive deeper than 40 meters and any dive requiring decompression stops”<sup>3</sup>.

Types of technical diving are Cave Diving and Bog Diving. Oppositely professional (commercial) diving, when divers perform work during dives and it is usually paid by the customer, recreational divers, on the contrary, most often pay for providing their dives.

The history of diving began in ancient times – the first dive in 1530 was officially recorded after testing the newly developed underwater bell with air inside (Diving Bell). Since then, the story has developed rapidly as the technical modernization of equipment for divers. In 1933, the first diving club in California was opened (“Bot-

tom Scrapers”), a year later a similar diving club opened in Paris. Their main goal was exclusively underwater fishing [16]. Since diving has not only become an integral part of the underwater sport, but also an important and promising niche of the entire tourist business.

In the current conditions of oversupply in the market of tourist services, consumers are “bored” to choose among standard tourist products – new requests have formed a new niche-extreme tourism and unique types of tours (including water diving tours of all types). The existing types of diving are presented in Table 1.

Based on the studied works of different authors, we present a classification of diving, in which we have distributed all types of diving depending on the methods of diving (there are four of them), according to the degree of risk (safety of diving) and according to the degree of complexity of each type (from initial experience to professional activity) (Fig. 1).

Figure 1 shows there are all types of diving arranged in four quadrants: I – breath-holding diving, using a mask, breathing tube, and fins; II – scuba diving<sup>4</sup>; III – diving with compressed air, the breathing mixture comes from the surface through a hose, and then is transferred to the regulator; IV – diving in a special chamber. Positions 10, 11 and 12 cannot be adapted for tourism today, as they require a highly qualified diver and are characterized by a high risk of diving.

Positions 1–5 are very popular among tourists in different countries and have long occupied a significant share of water tourism. Positions 7 and 9 have become adaptive for tourism only in the last decade with the growth of the number of certified diving schools around the world – the demand for diving of increased complexity is growing, equipment is constantly being modified and becomes more accessible to the general public. Positions 6 and 8 are located at the intersection of the line (highlighted by the author in order to divide all types into adaptive for tourism and non-adaptive) and today are the subject of study, both in tourism and in the socio-ecological spheres. In this study, these types of diving are identified as new niches in the development of extreme tourism.

<sup>1</sup> International Association of Nitrox and Technical Divers (IANTD) is a scuba diving organization concerned with certification and training in recreational diving, technical diving, cave diving, wreck diving, rebreather diving and diver leadership.

<sup>2</sup> IANTD RUSSIA. <https://www.iantd.ru/iantd-history> (Accessed on January, 10, 2021)

<sup>3</sup> Technical Diving International. <https://www.tdis-di-russia.ru> (Accessed on January, 10, 2021)

<sup>4</sup> SCUBA – Self Contained Underwater Breathing Apparatus

Table 1 – Types of diving<sup>5</sup>

Title	Description	Quality skills
1. Snorkeling	Swimming takes place under the surface of the water with a mask and a breathing tube. This minimal equipment is enough to observe the beauty of the underwater world for a long time with minimal effort	Open Water Diver (OWD)
2. Sport-diving	Diving for the purpose of performing certain sports disciplines, participating in competitions, setting world records in scuba diving	Advanced OWD
3. Introdiver	Before diving, the beginner is instructed (20-30 minutes), and in the water he is accompanied by an instructor. The dive takes place at a shallow depth (up to 5 m), so it does not require special physical training	Scuba Diver
4. Para-diving	Scuba diving and special equipment, scuba diving for the disabled, accompanied by an instructor	Scuba Diver
5. Dive-safari	Safari, a trip to visit places far from the coast or port for diving. It is characterized by permanent residence on a boat equipped for diving, a high frequency of dives (from three to five dives per day). The boat with scuba divers goes out to sea for several days: from 3 days to a week or two, during which the divers dive, in a large number of different places (sites)	Scuba Diver
6. Bog Diving	Scuba diving in flooded quarries, abandoned reservoirs. It belongs to the category of extreme diving. Characteristic features — pollution of the reservoir, limited visibility. The goal of the dive is to purify water reservoirs	Divemaster
7. Night Diving	Diving in the dark or in places where light rays do not penetrate, using additional lighting equipment and equipment. For such an immersion, you must have an admission that opens when you pass a certain course and pass an exam	Divemaster
8. Cave Diving	Diving in underwater caves. It is a very dangerous type of diving and makes extremely serious demands on the skills of the swimmer, the reliability of the equipment and the configuration of the equipment. Exploring underwater caves can be interesting not only from the point of view of extreme recreation, but also as a scientific study or search for historical values.	Divemaster
9. Ice Diving	Winter diving, which requires special skills and endurance, and of course, equipment. The dive takes place in a «dry» wetsuit – it does not allow water to pass to the body and allows you to use additional lower layers (thermal underwear or warm clothing).	Divemaster
10. Deep Diving	Diving deeper than 40 meters in the absence of the possibility of «direct ascent» (when there is a physical barrier on the surface); the use of more than one gas mixture during the dive (air, nitrox, trimix, heliox); the use of a closed or semi-closed cycle rebreather	Divemaster
11. Chamber diving	When diving, three types of cameras are used: 1) a hollow sphere made of metal-it is lowered from the ship using a cable; 2) a sphere with automatic control – no cable is required to lower the camera to a depth and lift it up, the control is fully automated; 3) a submarine that can move independently. Chamber diving allows you to withstand high water pressure and dive to a depth of several hundred meters for the purpose of exploring various depths for scientific or informational purposes	Divemaster
12. Professional diving	Performing professional diving work of various complexity in order to eliminate social and environmental problems, the work is fully paid	Divemaster

<sup>5</sup> Source: developed by the author based on <https://colorweek.ru/vidy-i-raznovidnosti-dajvinga>, <https://zen.yandex.ru/media/diverblog/kakim-daivgom-zaniatsia-vidy-daivginga> and <https://globaldiving.ru/obuchenie/tablitsyi-ekvivalentnosti.html> (Accessed on January, 12, 2021)

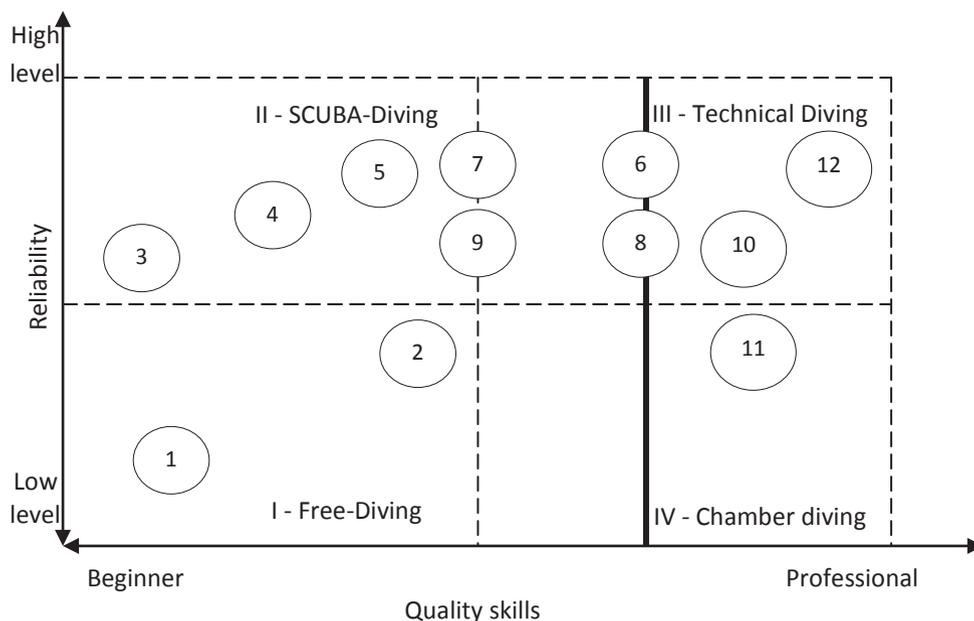


Fig. 1 – Classification of diving types and relation to tourism (developed by the author based)

### Niche tourism: challenges or unique opportunities?

S. S. Maletin defines it as “niche tourism is a type of tourism that involves the travel of tourists, whose choice of vacation is determined by a special motivation, and the level of satisfaction with the impressions received as a result of the trip” [10]. Niche tourism involves adapting a specific tourism product to meet the needs of a particular audience or market segment.

The basis of niche tourism is a special purpose of travel, which is the primary motivating factor. Such a goal may be related to an unusual traveler’s hobby or activities that are practiced by a small circle of people, as well as certain destination conditions that attract niche market segments [15].

Among the distinctive characteristics of niche tourism, different authors include the following:

- focuses of niche tourism are single tourists, families or small groups of people (friends, colleagues, club members) [2];

- following the fashion (today “to get rest like everyone else” is no trend, even in the usual routes and tours, it is important to try new things, see the unique and get your own personalized experience) [13];

- concentration on impressions (today many psychological directions for personal development are focused on the “living” of individual emotions and states, so such tours are actively developing, in which a tourist can get a specific impression or “feel” a certain condition) [6];

- careful preparation and study of the place of travel (in order to “recreate” the desired impressions, the authors of the tours very painstakingly pay attention to details, elements, trifles, the algorithm of the implementation of the tourist service – if the tourist does not receive 100% of the expectation, the impression will be spoiled and the goal of niche tourism will not be achieved) [12];

- aspiration to keep impressions (knowledge, photography, painting, learning local languages – in addition to the “pure” tourist product, the tourist needs to keep the impression through experience or material things) [18].

Moreover, niche tourism allows to significantly expanding the offer for consumers – each new unique niche forms a valuable tourist product (supposing to master a new skill, to gain new experience, to “live” certain emotions, to form a special impression). At the same time, there is a mix of destinations

– instead of developing the chosen niche; tour operators combine different niches into a common product, which does not allow the consumer to separate the unique experience from the overall impression of the chosen tour.

Each new niche at the developing stage requires significant investments and costs (preliminary advertising campaign, search and study of potential consumers and segments, organization and provision of safety and comfort measures for a tourist product), but during being on the “plateau” phase, revenues increase rapidly. Also, those travel companies that acted as “pioneers” of a new niche, as a rule, become industry leaders in this case.

### Cave Diving in the world and in Russia

Cave Diving is one of the most difficult types of diving in general, which consists of diving into various underwater caves and grottos. The difficulty of Cave Diving primarily lies in the fact that, if necessary, a quick straight ascent to the top is simply impossible: first you have to get out of the cave itself in conditions of limited visibility or get through different layers of water – clear and muddy, and just after you can do the ascent to the top. Without proper

diver skills, such extreme tourism is very dangerous.

There is a special classification of caves that may be of tourist interest to consumers:

1) coral caves are of any length, characterized by very beautiful views and inhabitants of the underwater world (as a rule, they are located in warm seas, the undisputed leader is the Red Sea);

2) glacial caves are very deep walls of ice and ice grottos, almost identical types cannot be found, as the water constantly changes the shape and relief of ice caves (widely represented in the northern seas, the Arctic is gaining popularity);

3) sea or lake caves formed as a result of the impact of the surf, tides and other water currents. As a rule, they are not very deep and are characterized by a small difficulty of diving (most of these caves are found in the Dominican Republic);

4) karst caves differ in a wide variety, as well as the presence of dry and completely flooded areas (there are the most popular on the Mexican cenotes). Also, such caves include various sinkholes and mines flooded with water (for example, a Marble quarry in Karelia, Russia).

Table 2 shows the best places for Cave Diving in the world.

Table 2 – World Top-10 the most wonderful sites for Cave Diving<sup>6</sup>

Title	Unique characteristic	Recommended time for visit	Location
1. Grand Cenote	Cenotes are extremely beautiful sinkholes in the ground with tree roots and lianas hanging down to the water. The cenote mystifies divers with its layer of hydrogen sulfide: this cloudy, almost mythical substance separates the incredibly clean fresh water from the salt water, located at a depth of about 30 meters below. The cave continues to fall to 60 meters	May – September	Tulum, Mexico
2. Indian Springs	The main passageway tunnel reaches 183 meters before coming to a T-shaped intersection. There are several attractions inside the cave (The Bone Narcosis Room, The Power Room, and the Wakulla Room). The depth of the dive is from 37 to 55 meters	April – October	Florida, USA
3. Grand Bahama	The Lucayan National Park is home to the longest freshwater cave system in the world. In addition to the fascinating mix of fresh and salt water, you can see stalactites, stalagmites and fossilized shells in the cave	October – June	Freeport, Bahamas Islands
4. Orda Cave	The Orda Cave is the longest gypsum cave in the world and the longest cave in Russia. Located in the eastern foothills of the Urals, this cave diving paradise is filled with white walls and ever-changing landscapes thanks to the fact that gypsum dissolves quickly. This dive site is full of huge halls up to 76 meters across and tiny walkways	May – September	Perm Region, Russia

<sup>6</sup> Source: developed by the author based on <https://yandex.ru/turbo/megadive.ru/s/news/tpost/kprn6nla2e-keiv-diving-10-luchshih-daiv-saitov-v-m>, <http://www.autotravel.ua/rus/articles/naykrashi-miscya-dlya-cave-daivinga/> and <https://www.kooxdiving.com/en/top-10-best-cave-diving-sites-in-the-world/> (Accessed on January, 12, 2021)

<i>Title</i>	<i>Unique characteristic</i>	<i>Recommended time for visit</i>	<i>Location</i>
5. Abismo Anhumas	Every day, 18-25 people can descend 24 floors through a tiny hole at the top of the Abismo Anhumas to the underground lake below. Sunlight enters this lake only for a short time during the day, and the water is filled with huge shoals of fish. The crystal clear water invites divers to explore the most beautiful part of the lake, located between 15 and 25 meters	December – March	Bonito, Brazil
6. Chinhoyi caves	The system of limestone tunnels and caves today is filled with unusually clear water. There are several entrances to the system, but the most popular is the «Sleeping Pool» with its 20-meter vertical walls and several windows that allow sunlight to enter. In one of the rooms there are dice, and in the other there are coins tossed for good luck	April – May, August – September	Mashonaland, Zimbabwe
7. Turtle Cave	A vertical reef wall that drops down (about 700 meters), where it is absolutely possible to look into the eyes of the abyss - the dream of any diver. A popular attraction is the Turtle Cave or Turtle Cemetery. The main tunnel, about 10 meters wide, leads to the Main Chamber, where other passages diverge, leading to small chambers. The skeletons of the skull lie in different places at a distance of 100-200 meters from the entrance. In the cave there is an emergency exit - a small hole leading to the reef, it is located only 4 meters from the surface of the water	March – October	Sipadan Island, Malaysia
8. Lastochkino gnezdo	The view of the Cape Ai-Todor and the Lastochkino gnezdo is the hallmark of the resort. But almost no one knows that under the rock with a panoramic view of the surrounding area there is another pearl - the underwater cave Swallow's Nest. This is a small, but very beautiful system of underwater caves, connected by passages between the blockages. The cave has an entrance from the cliff, but it is quite difficult to access. The dry hall allows you to take a breath of fresh underground air and admire the play of light rays. The main entrance is located at a depth of 8 meters	May – October	Crimea, Russia
9. Emergence Du Russel	The cave of Emergence du Russel has a 4-kilometer loop that begins at a fork located just behind the entrance to the cave. One of the passages has a depth of 9 meters, and the other descends to 18 meters. While most drivers will never complete the loop, the cave attracts cave diving experts from all over the world	April – October	Dordogne, France
10. Nereo cave	Known as the largest underwater cave in the Mediterranean Sea. The huge size, as well as the arches and tunnels attract divers from all over the world. Most dive profiles start with a 30-meter descent. A wide tunnel hundreds of meters long returns to the exit of the cave at a depth of 18 meters. As Nereo Cave is within recreational limits and quite easy to navigate, this Sardinian dive site makes a fantastic introduction to cave diving	April – October	Alghero, Sardinia

Table 2 suggests the optimal time for diving in these caves for tourist purposes, as for experienced and professional divers, these sites are available all year round. Quite significant for the development of cave diving in Russia is the fact that among the world's dive sites, the fourth and eighth positions are occupied by caves that are located on the territory of the Russian Federation.

It should be noting that diving for Russian tourists is a very expensive activity

(the average price per dive varies from 800 euros to 1000 euros, including equipment rental<sup>7</sup>), despite this, this type of tourism is gaining popularity in Russia. There are already a large number of dive clubs in the domestic market, offering various diving tours throughout Russia (shown in Table 3. You can dive not only on the warm Black Sea, but also in the Northern seas, on Lake Baikal, etc.

<sup>7</sup> <https://www.oladiving.ru/price/price-cave> (Accessed on January, 12, 2021)

Table 3 – Regions of dive centers presence and sites for Cave Diving in Russia<sup>8</sup>

Region	Number of dive centers	Number of Cave Diving sites	Number of the most interesting Cave Diving sites according tourists' experience
1. Karelia. White Sea	1	16	8
2. Sakhalin	1	6	4
3. Barents Sea	3	14	8
4. Commander Islands	0	2	4
5. Kuril Islands	0	2	0
6. Perm Region	2	5	2
7. Crimea	7	12	9
8. Ryazan Region	1	1	0
9. Smolensk Region	0	1	0
10. Novgorod Region	0	1	1
11. Tver Region	0	2	1
12. Moscow and Moscow Region	3	5	1
13. Kamchatka	1	19	8
14. Baltic Sea	1	6	1
15. Yaroslavl Region	0	8	1
Total	20	100	48

In total, there are 81 diving centers in Russia (data is actual on February 01, 2021)<sup>9</sup>.

A few recent studies confirm elements of experience are crucial factors in creating and maintaining successful diving tours. Therefore, the traditional diving industry should focus intensely on the empirical processes of consumers and collect detailed reviews and impressions about what impressed the most in a particular location and what was initially expected to be seen [8].

<sup>8</sup> Source: developed by the author based on <http://www.dipping.ru/regions/> (Accessed on January, 12, 2021).

<sup>9</sup> <https://akvalaz.ru/diving/kluby/rossiya> (Accessed on January, 12, 2021).

### Bog Diving: symbiosis of entertainment and environmental assistance to nature

In addition to the economic prospects for the development of niche diving tourism, environmental problems are also getting worse. With an increase in irresponsible drivers who do not think about the damage they can cause by unreasonable consumption of resources, the environmental situation in the regions is fading. Thus, careless tourists can bring the region center of underwater tourism to a state in which tourism, as an activity, will be absent. The problems of pollution in this case can be solved — all dives under water should be carried out only under the guidance of diving centers.

Noteworthy in recent decades, extreme tourist tours of an ecological nature have become increasingly popular – in order to clear the natural area of pollution and garbage [20].

Today volunteering with credo “Save our Planet before it’s too late” is very developed, and tours in which tourists act as “saviors” of nature are very popular—from cleaning garbage on the coasts to planting rare plants or caring for rare endangered breeds of animals. As a rule, such tours in most cases belong to the author’s tours, but there is a demand and it is constantly growing, so for tourism, this trend should certainly become an object of marketing and a vector of development in the near future. Therefore, such a type of diving as swamp diving should be positioned as eco-tourism: in addition to personal testing and improving the experience of a tourist as a diver with a special dive in muddy waters, it is necessary to form the goal of such a tour – the sanitization and safeguarding of the natural virgin nature of the water reservoir.

Eco-diving is one of the areas of scuba diving, which was formed within the framework of environmental tourism. One of the most important principles of eco-diving is the comprehensive conservation of resources. Today, drivers under the guidance of scientists solve important tasks aimed at preserving aquatic and marine ecosystems: cleaning the underwater depths from anthropogenic debris, mapping, etc.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> <http://pattaya24.ru/blogs/klub-lyubiteleidaiv-inga-i-snorklinga-v-pataie/yekologicheskii-daiving->

The World Confederation of Underwater Activities – an international organization of CMAS<sup>11</sup> – has been studying problems related to the marine environment, coastal ecosystems, and the preservation of their biodiversity for more than 50 years<sup>12</sup>.

Modern diving centers carry out a number of global projects aimed at protecting the environment. Thus, the largest international organization – the Association of Underwater Instructors – PADI<sup>13</sup> (Professional Association of Diving Instructors) participates in the implementation of international environmental projects for the cleaning of underwater territories and coastal zones of water bodies, monitoring and mapping of areas of the World Ocean that have been subjected to negative anthropological impact<sup>14</sup>.

Based on the project “Project A.W.A.R.E.”<sup>15</sup> (Aquatic World Awareness, Responsibility and Education) PADI since the end of 1992, a non-profit charitable organization has been operating, carrying out activities for the protection of water resources, flora and fauna in 180 countries around the world [9].

This organization promotes the development of Bog Diving by promoting the purchase of diving tours through tour operators of the Project AWARE “Environmental Operators” list or through other organizations that do not harm the natural environment<sup>16</sup>.

In the ending, diving tourism is a very exciting and impressive type of recreation, allowing you to discover and explore the amazing underwater world, as well as experience a truly unforgettable experience. And all the people who were lucky enough to try it on themselves will certainly remain true to their

new hobby, thereby adding to the ranks of scuba diving enthusiasts.

### Conclusions and future research

Our study confirms the role of niche tourism as a prospect for the successful development and functioning of water tourism. In order to provide experiences that lead to customer satisfaction, travel companies (in this case, diving centers) must ensure that all services are of good quality, not only the entertainment part of the tourist product, but also the provision of high-quality training and training. There are many components to consider, including the physical environment, collaborative interaction with all diving stakeholders, understanding the needs and interests of the target audience, the emotional aspects of customer perception, extreme tour targets, and profitability considerations.

The main trends affecting the future development of Cave and Bog Diving are the following:

- search for effective combinations of regular tours with new elements of different types of diving;
- promotion of extreme diving training programs not only as part of volunteer programs or as a personal hobby of individual clients, but also as an integral part of a tourist product with increased value for the client;
- formation of diving infrastructure according to the tourist object (for example, the first underwater hotels for divers already exist, unique small performances are held at the final diving stations, indoor water centers are being built for mastering and training classes in all types of diving).

The analysis of the Russia’s market shows that there is a huge potential for the development of diving tourism in the domestic market: the presence of certified diving training centers, a long history of the development and formation of diving, the presence of a large number of diving sites in almost all regions of the country for every taste and preferences of even an experienced diver.

At present, the market is suffering one more collapse caused by the COVID-19 pandemic, but the totally reorientation to domestic tourism can play a crucial role in the rapid development of niche diving tourism in Russia. Being in the same diffi-

sohrani-okean.html (Accessed on January, 12, 2021).

<sup>11</sup> World Confederation of Underwater Activities” in brief “CMAS”. URL: <https://www.cmas.org>

<sup>12</sup> About the Scientific Committee. URL: <http://www.cmas.org/science/about-sci>

<sup>13</sup> <https://www2.padi.com/blog/ru/2017/09/04> (Accessed on March, 10, 2021).

<sup>14</sup> <http://docplayer.ru/32755968-Dive-against-debris-rukovodstvo-po-anketirovaniyuanketirovanie-morskogo-musora-dlya-dayverov.html> (Accessed on January, 12, 2021).

<sup>15</sup> <https://www.projects-abroad.ru/volunteer-projects/conservation-and-environment/> (Accessed on January, 12, 2021).

<sup>16</sup> Project AWARE. URL: <http://www.projectaware.org>

cult situation as all diving centers in other countries, Russian diving centers can reduce the gap if they use the pause to analyze the best international examples as a reference point and try to ride new directions and niches.

### References

1. **Brazales, D. F., Tapia, J. G., & Quiñonez, M. F.** (2018). Proposed indicators for a Tourism Observatory focused on the provinces of some areas of Ecuador. *Spanish Academic Editorial*, 12, 14–28.
2. **Bushueva, I. P.** (2017). Vlijanie kachestva turistscheskih uslug na ekonomiku regiona [The impact of the quality of tourist services on the economy of the region]. *Nauka i socium [Science and society]*, 1, 29–32. (In Russ.).
3. **De Groot, J., & Bush, S. R.** (2010). The potential for dive tourism led entrepreneurial marine protected areas in Curacao. *Marine Policy*, 34, 1051–1059.
4. **Dimmock, K., Cummins, T., & Musa, G.** (2013). The business of scuba diving tourism. *Chapter: The Business of SCUBA Diving*, 161–174. Abingdon, Oxon: Routledge.
5. **Dimopoulos, D., Queiros, D., & van Zyl, C.** (2019). Sinking deeper: The most significant risks impacting the dive tourism industry in the East African Marine Ecoregion. *Ocean & Coastal management*, 181. doi: 10.1016/j.ocecoaman.2019.104897.
6. **Goncharova, O. V.** (2018). Ekonomika vpechatlenij v turizme i perspektivy turistskoj dejatel'nosti [Economy of impression in tourism and prospects of tourist activities]. *Nauka – servisu [Science to-service]*, 1, 291–300. (In Russ.).
7. **Haddock-Fraser, J., & Hampton, M. P.** (2012). Multistakeholder values on the sustainability of dive tourism: case studies of Sipadan and Perhentian islands, Malaysia. *Tourism Analysis*, 17, 27–41.
8. **Kitsis, V. M., & Karpov, D. V.** (2019). Razvitie dajvinga v Rossii [Development of diving in Russia]. *Geografija i turizm [Geography and tourism]*, 2, 106–109. (In Russ.).
9. **Lazitskaya, N. F., & Yakovenko, I. M.** (2014). Obshhemirovye tendencii razvitiya dajvinga [Global trends in the development of diving]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Serija «Geografija» [Scientific notes of the Taurida National University named after V. I. Vernadsky. The Geography series]*, 27(66), 54–60. (In Russ.).
10. **Maletin, S. S.** (2014). Turizm special'nyh interesov: konceptual'nye osnovy issledovanija [Special Interest tourism: a conceptual framework for research]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i upravlenija [Novosibirsk State University of Economics and Management Bulletin]*, 4, 218–225. (In Russ.).
11. **Mota, L., & Frausto, O.** (2014). The use of scuba diving tourism for Marine Protected Area management. *International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering*, 8(10), 3171–3176.
12. **Otnukova, M. S.** (2020). Vlijanie ekonomiki vpechatlenij na razvitie sovremennogo turizma [Influence of the economy of impressions on the development of modern tourism]. *Psichologo-ekonomicheskie issledovanija [Psychological and Economic Research]*, 7(4), 93–97. (In Russ.).
13. **Salinas, P.** (2018). *Steps towards the epistemology of sustainability (from exonerated nature to a paradigm of co-participation)*. Santiago de Chile: Editions of the University of Chile.
14. **Sheresheva, M. Yu.** (2020). Coronavirus and tourism. *Population and Economics*, 2, 72–76. doi: 10.3897/popecon.4.e53574.
15. **Sheresheva, M. Yu., & Baggio R.** (2014). Network approach in the study of tourist destinations: new trends. *Initiatives of the 21st Century*, 2, 58–63.
16. **Stepanova, S. V., & Filimonova, A. P.** (2008). Issledovanie formirovanija mirovoj industrii dajvinga - innovacionnogo napravlenija razvitiya turizma [Research on the formation of the global diving industry - an innovative direction of tourism development]. In coll.: *Innovacionnoe razvitie [Innovative development]*. Petrozavodsk: Karelian Institute of Tourism, 68–72. (In Russ.).
17. **Townsend, C.** (2008). Dive tourism, sustainable tourism and social responsibility: a growing agenda. *New frontiers in marine tourism: diving experiences, sustainability, management*. Amsterdam: Elsevier, 139–152.
18. **Voronkova, L. P.** (2017). Ekonomika vpechatlenij – novyj etap v issledovanijah turizma [Economy of impressions – the new stage in tourism researches]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, reshenija [Economics and Management: problems, solutions]*, 2(2), 10–14. (In Russ.).
19. **Wongthong, P., & Harvey, N.** (2014). Integrated coastal management and sustainable tourism: a case study of the reef-based SCUBA dive industry from Thailand. *Ocean and Coastal Management*, 95, 138–146.
20. **Zakharova, T. V., & Krakovetskaya, I. V.** (2018). Ekologicheskij marketing: pomoshh' rynku, «zelenaja» reklama i drugie instrumenty prodvizhenija tehnologicheskijh innovacij v universitetskijh gorodah mira i Rossii [Ecological marketing: help to the market, “green” advertising and other tools for promoting technological innovations in university cities of the world and Russia]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika [Tomsk State University Bulletin. Economy]*, 42, 231–245. (In Russ.).
21. **Zimmerhackel, J. S., Kragt, M. E., Rogers, A. A., Ali, K., & Meekan, M. G.** (2018). Evidence of increased economic benefits from shark-diving tourism in the Maldives. *Marine Policy*, 100, 21–26. doi: 10.1016/j.marpol.2018.11.004.

УДК 379.85:615 (571.150)

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10107

**ДУНЕЦ Александр Николаевич**

Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ)  
доктор географических наук, доцент; dunets@mail.ru

**АКИМОВ Олег Сергеевич**

Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ)  
аспирант; akimovo@mail.ru

## МАРШРУТЫ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СТРУКТУРЕ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Авторами выявлены особенности лечебно-оздоровительного туризма как комбинированного вида туризма, который включает медицинскую и рекреационную составляющие. Этот вид туризма кроме использования лечебных ресурсов и инфраструктуры может включать активное перемещение туристов в сопредельных к лечебно-оздоровительным организациям территориях. Проанализированы пространственные структуры туризма в пределах расположения санаториев и на сопредельных территориях, это позволило выделить существующие и возможные варианты туристской сети. В 2020 г. проведено анкетирование, которое позволило определить наиболее популярные лечебно-оздоровительные услуги и интерес к маршрутам данной направленности. Разработан алгоритм составления маршрутов лечебно-оздоровительного туризма и основные типы их пространственной организации. На примере дестинации Большая Белокуриха показана возможность развития сети маршрутов, основой которой являются существующие маршруты активного туризма и реализуемые в настоящее время инвестиционные проекты создания Белокуриха-2 и Белокуриха-3. В настоящее время терренкуры и аттрактивные объекты посещения на экскурсионных маршрутах составляют потенциал дальнейшего развития сети маршрутов ЛОТ.

Исследования подготовлены при финансовой поддержке РФФИ по гранту №19-45-220009 «Разработка теоретико-методологических основ системы территориального развития лечебно-оздоровительного туризма и механизма его управления в составе природно-общественной системы Алтайского края».

**Ключевые слова:** лечебно-оздоровительный туризм, курорт, пространственная структура, Большая Белокуриха

---

**Для цитирования:** Дунец А.Н., Акимов О.С. Маршруты лечебно-оздоровительного туризма в пространственной структуре курортных территорий Алтайского края // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 81–92. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10107.

**Дата поступления в редакцию:** 12 января 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 20 февраля 2021 г.

---

UDC 379.85:615 (571.150)

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10107

**Alexander N. DUNETS***Altai State University (Barnaul, Altai Krai, Russia)**PhD (Dr.Sc.) in Geography, Associate Professor; e-mail: dunets@mail.ru***Oleg S. AKIMOV***Altai State University (Barnaul, Altai Krai, Russia)**PhD student; e-mail: akimovo@mail.ru*

## THERAPEUTIC AND WELLNESS ROUTES IN THE SPATIAL STRUCTURE OF THE RESORT TERRITORIES OF ALTAI KRAI

**Abstract.** *The authors consider the features of health tourism as a combined type of tourism, which includes medical and recreational components. This type of tourism, in addition to the use of medical resources and infrastructure, can include the active movement of tourists in the territories adjacent to medical and health institutions. This type of tourism, in based on using medical resources and infrastructure, and can include the active movement of tourists in the territories adjacent to medical and health institutions. Analysis of the tourism spatial structure within the location of sanatoriums and in adjacent territories made it possible to identify the existing and possible variants of the tourist network. In 2020, the authors carried out a survey, which made it possible to determine the most popular medical and recreational services and interest in routes of this direction. As the result algorithm for drawing up medical and health routes and the main types of their spatial organization has been developed. Using the case of the destination Bolshaya Belokurikha, the authors show possibility of developing a network of routes, the basis of which is the existing routes of active tourism and the investment projects currently being implemented to create Belokurikha-2 and Belokurikha-3. At present, health trails and attractive objects of excursion routes constitute the potential for further development of the health and wellness route network. The research was prepared with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research under the grant No. 19-45-220009 “Development of theoretical and methodological foundations of the territorial development system of health tourism and the mechanism of its management as part of the natural and social system of Altai Krai.”*

**Keywords:** *health tourism, resort, spatial structure, Bolshaya Belokurikha*

**Citation:** Dunets, A. N., & Akimov, O. S. (2021). Therapeutic and wellness routes in the spatial structure of the resort territories of Altai Krai. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 81–92. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10107. (In Russ.).

**Article History**

Received 12 January 2021

Accepted 20 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

**Введение.** Лечебно-оздоровительный туризм (ЛОТ) является комбинированным видом туризма и включает медицинскую и рекреационную составляющие [6]. Этот вид туризма кроме использования лечебных ресурсов и инфраструктуры имеет может включать активное перемещение туристов в сопредельных к лечебно-оздоровительным организациям территориях. Разные аспекты понимания ЛОТ отражены в публикациях последнего десятилетия (Ветитнев А.М. и др., 2012); Lautier, 2014; Sandberg, 2017) [4, 19, 20]. Современный ЛОТ становится все более дифференцированным и включает не только получение специализированного лечения, но и оздоровление (fitness & wellness или spa & wellness) а также поездки в дестинации, которые особо благоприятны для здоровья или выздоровления, в связи с природно-экологическим состоянием [17].

Природные туристские ресурсы пространства, окружающего санатории, являются основой ЛОТ. Оборин М.С. (2011) [14] отмечает, что природные факторы имеют первостепенное значение для развития лечебной и оздоровительной рекреации (ландшафтно-климатические условия, минеральные воды, лечебные грязи). Мирзеханова Г.З. и Кольцова А.А. (2013) [12] предложили классификацию ресурсов ЛОТ, которая включает геолого-геоморфологические, климатические, водные, биологические, фаунистические и флористические ресурсы.

Турпродукт ЛОТ включает услуги размещения, питания, лечебные и оздоровительные процедуры. Возможности развития этого вида туризма связаны с наличием лечебно-оздоровительных ресурсов и природного пространства, рекреационная функция которого проявляется в благоприятном воздействии и снижении уровня стресса, как основного фактора возникновения ряда заболеваний. Маршрутная организация ЛОТ довольно редко реализуется в пределах современных курортов, но имеет большой потенциал во взаимосвязи в рамках партнерства санаториев, турфирм, представителей особо охраняемых природных территорий.

В связи с этим развитие ЛОТ предполагает разработку и внедрение инновацион-

ных видов партнерства заинтересованных сторон, конкретных моделей управления. Необходима разработка механизма формирования государственно-частного партнерства в рамках конкретных территорий [18].

Традиционной основой пространственной структуры курортов является сочетание санаториев и терренкуров, представляющих собой маршруты дозированной ходьбы, назначаемой отдыхающим в санаториях для тренировки сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата, дыхательной системы [7]. Повышение привлекательности здорового образа жизни способствовало росту числа туристов, занимающихся ходьбой. Традиционные санатории и курорты становятся полифункциональными оздоровительными центрами. Потребителями услуг ЛОТ становятся люди трудоспособного возраста, желающие пройти кратковременные восстановительные программы [1]. Поэтому актуальным становится изучение сопредельного к курортам пространства для создания туристских маршрутов.

Сеть туристских маршрутов в дестинации определяет пространственное распределение ЛОТ. На трассах маршрутов находятся туристские объекты для осмотра и действуют факторы, оказывающие оздоровительный эффект на организм человека. Как и любой турпродукт, маршрут должен быть объединен идеей и представлять интерес при получении услуг, не только лечебных. Важно чтобы вдоль трассы находились различные объекты инфраструктуры. Вместе с перечнем объектов и вариантами анимации формируется уникальность трассы маршрута.

Использование ресурсов пространства для организации туризма является важнейшим элементом развития ЛОТ. Наиболее распространенной формой является создание экотроп, терренкуров и туристских маршрутов. Для ЛОТ в связи с характерной функциональной направленностью пребывания туриста в дестинации, необходимо определить соответствующую сеть маршрутов. Для активных пешеходных маршрутов рекомендуется протяженность не более 20 км в день [10], для лечебно-оздоровительных расстояние должно быть

короче и соответствовать уровни здоровья туристов.

**Методы и методология.** Развитие ЛОТ в дестинациях подчинено закономерностям пространственного развития. В связи с этим пространственный подход может быть ведущим в исследовании сети туристских маршрутов. Внутренняя территориальная структура лечебно-оздоровительных местностей и курортов может быть осложнена влиянием различных факторов. В связи с этим важной задачей является выделение в территориальной структуре элементов, определяющих развитие ЛОТ.

На основе представлений о дискретно-континуальном туристско-рекреационном пространстве [15], в дестинациях ЛОТ можно выделить линейно-узловые структурные элементы: локальные туристско-рекреационные объекты (природные, историко-культурные памятники, туристские базы и др.); линейные образования – тропы маршрутов; узлы, в которых сходятся туристско-рекреационные линейные элементы и концентрируются объекты туристской инфраструктуры [5].

В пространственной организации ЛОТ маршрутная сеть может стать основой для формирования коротких и персонализированных программ с учетом основных характеристик троп: точек входа и выхода, транспортной доступности, протяженности, продолжительности, рекреационно-доминирующими факторами, сезонностью использования и доступностью информации [13]. Лечебно-оздоровительные центры, сеть маршрутов и транспортные коммуникации образуют пространственную структуру в дестинации. Особая роль в ней принадлежит центрам ЛОТ, которые являются местами концентрации туристских потоков и выполняют логистическую функцию при распределении туристов по маршрутам.

Социологический анализ различных видов туристических активностей, ассоциированных со здоровьем, позволяет выявить предпочтения туристов. Анализ туристских потребностей может быть выявлен методом анкетирования. Несмотря на то, что туристские ресурсы оказывают ведущую роль в проектировании сети ту-

ристских маршрутов, однако именно потребности определяют специализацию и отбор ресурсов для программы тура.

**Результаты исследования.** На территории Алтайского края нами выделено десять дестинаций ЛОТ. Они находятся в низкогорной, степной и лесной зонах, а также в непосредственной близости к городам региона [2].

Анализ пространственных структур туризма в пределах расположения санаториев и на сопредельных территориях позволил нам выделить существующие и возможные варианты туристской сети. Были проанализированы маршруты в дестинациях ЛОТ, большинство из них связаны с экскурсионной направленностью. В санаториях отдыхающим предлагают экскурсионные программы как элементы развлечения и в основном не учитывают лечебную направленность отдыха. Только лишь малая часть существующей маршрутной сети пригодна для использования в лечебно-оздоровительных программах. Важно, чтобы на маршрутах открывались возможности для гелиотерапии, тропы были подготовлены и проходили около или через лесные массивы, обладающие повышенной ионизацией и насыщенностью фитонцидами растений. Кроме того, на маршрутах необходимы интересные объекты (реки и родники, скальные выходы, фотозоны, типичные или уникальные растения для местности) и были оборудованы места отдыха.

Очень важной составляющей маршрута является их пространственная организация. В зависимости от географической логики построения трассы можно выделить различные пространственные модели маршрутов: нанизывания, пересечения, огибания и др. [16]. Наиболее простыми типами маршрутов ЛОТ по размещению в пространстве являются:

- 1) оседлый маршрут на основе размещения в одном лечебно-оздоровительном учреждении (санатории), с радиальными выездами;

- 2) кольцевой, начало и окончание маршрута – в одном лечебно-оздоровительном учреждении (санатории), во время движения – размещение в промежуточных. Кольцевые маршруты могут иметь радиальные или петлевые выходы;

3) линейный с возможными радиальными или петлевыми выходами. Трасса таких маршрутов определяется линейными рекреационными доминантами (река, ленточный бор, межгорная долина). Завершение маршрута в этом варианте связано с окончанием программы отдыха.

Туристские маршруты в дестинациях с учетом транспортно-временной доступности могут иметь следующие пояса-зоны освоения:

1) внутренняя территория курорта с местами для прогулок и терренкурами. Здесь могут быть созданы места кратковременного отдыха, арт-объекты, экологические тропы, тематические парки;

2) экскурсионная зона дестинации. Пешие маршруты (возможно с автомобильной доставкой к началу маршрута) в пределах одного дня. Желательно, чтобы автомобильная доставка в одну сторону занимала не более 1,5–2 часов;

3) зона кратковременных туристских маршрутов (2-3 дня) в пределах дестинации с размещением в местах, где могут обеспечить контроль здоровья;

4) зона экскурсий и маршрутов за пределами дестинации ЛОТ.

Для выявления потребностей туристов в маршрутах ЛОТ нами в 2020 г. проведено анкетирование. В связи со сложной эпидемиологической ситуацией собрано 120 анкет отдыхающих санаториев из разных дестинаций ЛОТ Алтайского края. Респондентами были представители регионов, которые наиболее часто отдыхают в исследуемой территории, это жители Кемеровской, Томской, Омской, Новосибирской областей, Красноярского края, Алтайского края, Республики Алтай и Республики Казахстан.

На вопрос о том, слышали ли туристы о лечебно-оздоровительном туризме ранее, 91,5% ответили утвердительно.

Проведенное анкетирование туристов позволило определить наиболее популярные лечебно-оздоровительные услуги, которые они получали в центрах ЛОТ: минеральные и пантовые ванны, массаж, грязелечение, физиотерапия, минеральная питьевая вода, оздоровительные процедуры в саунах, бассейнах, спелеокаби-

неты, ингаляции. С учетом этого перечня целесообразно предоставлять оздоровительные услуги в средствах размещения на маршруте.

Более 80% респондентов готовы участвовать в специальных маршрутах ЛОТ (рис. 1). Это подтверждают ответы на вопрос: «Можете ли представить себе, что станете участником оздоровительного двухдневного похода, недалеко от вашего санатория (лечебно-оздоровительной организации)? Будут определены допустимые для вас нагрузки (в соответствии с уровнем вашего здоровья) по протяженности и перепадам высот».

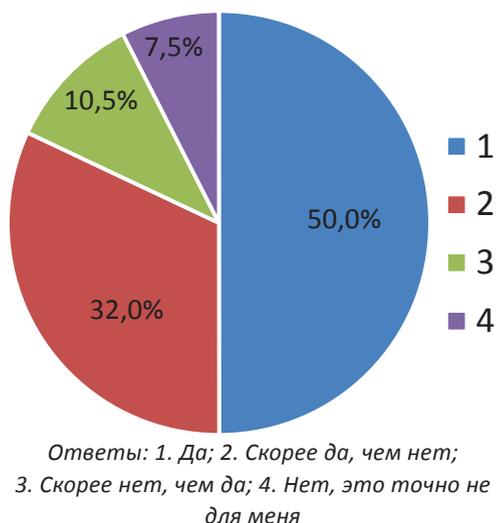
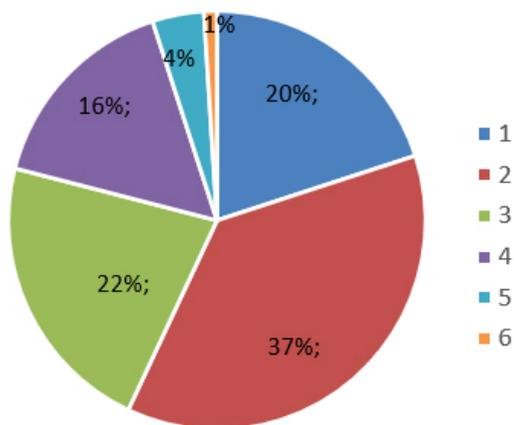


Рис. 1 – Готовность участвовать в специальных походах по программам ЛОТ

Fig. 1 – Willingness to participate in special hikes under health programs

Для развития ЛОТ важно понять, какие объекты размещения сооружать на маршрутах при организации программ отдыха. Если бы респонденты решили стать участниками оздоровительного двухдневного похода, то они бы предпочли остановиться в местах размещения разных типов (рис. 2).

Кроме того, задавались вопросы о здоровье самих респондентов, что позволяет сделать вывод об основных их характеристиках, влияющих на ответы. Респонденты распределились по нескольким категориям здоровья. Основная часть респондентов отнесли себя к категории «условно здоровые», также существенными сегментами являются категории «с заболе-



Ответы: 1. Гостиница, уровень комфорта которой не ниже, чем основное место размещения во время отдыха;

2. Туркомплекс – небольшой оздоровительный центр с возможностью получения дополнительных услуг;

3. Туристская стоянка (домики облегченного типа) с возможностью контроля здоровья;

4. На заимке (деревянный дом); 5. В палатке (спать в спальном мешке); 6. Другое.

Рис. 2 – Выбор вариантов размещения при участии в маршруте ЛОТ

Fig. 2 – Accommodation options choosing by participant of health tourist route

ваниями опорно-двигательного аппарата», «с заболеваниями сердечно-сосудистой системы».

Проведенное анкетирование позволило определить важные критерии для разработки коротких маршрутов ЛОТ. На основе изучения деятельности туроператоров и лечебно-оздоровительных организаций нами разработан алгоритм реализации программы ЛОТ:

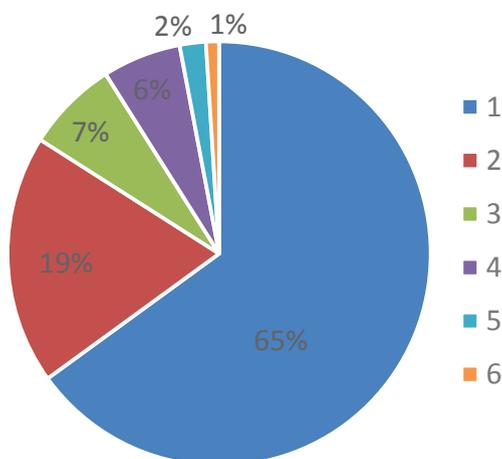
1) разработка идеи программы ЛОТ с учетом выбора сегмента потребителей;

2) изучение и подбор подходящих туристских ресурсов, лечебных и оздоровительных процедур, комплекса основных и дополнительных услуг, которые можно использовать в программе;

3) подготовка к маршруту (обследование, Check-Up, скрининг здоровья, получение санаторно-курортной карты) может проходить до начала туристской программы или в месте отдыха, в лечебно-оздоровительном центре в начале программы (в

случае наличия там необходимого оборудования и специалистов);

4) разработка персональной программы отдыха. Консультация с врачом о включении лечебных процедур и возможной реакции организма на туристские активности и обсуждение программы тура с инструктором по ЛОТ. Получения разработанной программы ЛОТ. Этот этап также может быть реализован до начала посещения места отдыха и проходить онлайн. В этом случае, в первый день посещения происходит согласование или возможная корректировка программы и ее утверждение;



Ответы: 1. Условно здоровые; 2. Имеющие заболевания опорно-двигательного аппарата; 3. Имеющие заболевания органов дыхания; 4. Имеющие заболевания сердечно-сосудистой системы; 5. Имеющие заболевания желудочно-кишечного тракта; 6. Имеющие другие заболевания.

Рис. 3 – Основные характеристики здоровья респондентов

Fig. 3 – Main characteristics of respondents' health

5) реализация программы с учетом ежедневного контроля состояния здоровья. На маршруте обязательный контроль артериального давления и осмотр медиком в месте размещения;

6) контроль состояния здоровья и получение отзыва о программе.

Определение взаимосвязи основных характеристик здоровья человека и услуг является основой для персонализации

программ обслуживания. Для этого в программах ЛОТ предлагается выделять 3 типа туристской деятельности:

1) основную, соответствующую лечебно-оздоровительной специализации;

2) дополнительную, включающие, элементы познавательной, активно-туристской направленности;

3) сопутствующую, обусловленную физиологическими потребностями технологическими требованиями к организации маршрута.

Программа маршрута формируется как вариативное моделирование дополнительных и сопутствующих типов рекреационной деятельности [11].

В начале разработки новой программы ЛОТ целесообразно создать «эскизную» модель маршрута, который включает необходимые компоненты. Разработка маршрутов должна соответствовать определённой логике, опираясь на географические факторы, маршрутную логику и конфигурацию [8]. Логика маршрутов зависит от целей программы лечебно-оздоровительного туризма, туристского каркаса (природных, экономико-инфраструктурных, социокультурных характеристик территории), от сезонности года и особенностей группы туристов с характеристиками уровня здоровья.

Трасса маршрута планируется на основе нескольких факторов. Очень важным является логика прохождения маршрута. Поэтому эталонный маршрут предусматривает вначале простой пешеходный маршрут, возможно терренкур курорта, а затем передвижение по туристской тропе с обязательным контролем состояния здоровья (рис. 4).

Наиболее репрезентативной территорией в Алтайском крае для изучения возможности развития сети маршрутов ЛОТ является дестинация Большая Белокуриха. В последние годы эта территория активно развивается: появляются новые туристские объекты, реконструируются автодороги, разрабатываются инвестиционные проекты. Маршрутная сеть ЛОТ формируется благодаря развитию пространственной структуры ЛОТ на сопредельных к городу-курорту территориях.

Город-курорт Белокуриха относится к числу малых городов России с числом жителей 15,2 тыс. На территории курорта развита преимущественно сфера услуг и предприятия пищевой промышленности, функционируют различные профильные учреждения. Курортная зона Белокурихи представляет собой самостоятельную часть города Белокуриха, которая вытянулась по долине одноименной реки. Наибо-



Рис. 4 – Схематическая модель туристского маршрута в ЛОТ

Fig. 4 – Schematic model of the health tourist route

лее крупными санаториями являются «Белокуриха», «Сибирь», «Катунь», «Алтай», «Россия» [9].

На основании ведомственной статистики Управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности, в 2020 г. действовали 16 санаторно-курортных учреждений, 25 гостиниц (отелей), 3 туроператора, 8 турагентств, 10 организаций имеющих экспозиции для обслуживания экскурсантов, 22 ресторана, 43 кафе и баров. Около 4500 человек работают в санаториях. Общее количество мест единовременного размещения на курорте составляет более 5000. Туристско-экскурсионный поток в 2019 г. составил 246 тыс. человек.

Дополнительная инфраструктура представлена ресторанами, кафе, которые в полной мере удовлетворяют запросы туристов. Гостиницы уровня 3-4 звезды в основном расположены в курортной зоне. В городе также имеются гостиницы, гостевые дома, хостелы.

Особое значение для развития туризма имеет проектирование маршрутов в развивающихся туристских территориях. В Алтайском крае такой территорией является «Большая Белокуриха». Такое название получило сопредельное к курорту Белокуриха туристское пространство, занимающие отроги Чергинского хребта и прилегающую часть Предалтайской равнины.

На прилегающей к Белокурихе горной территории с юга проводили комплексное экологическое в 2015–2016 гг. На основании проведенных работ Постановлением Правительства Алтайского края от 7 декабря 2017 года № 438 на территории Смоленского, Алтайского и Солонешенского районов создан природный парк краевого значения «Предгорье Алтая». Площадь природного парка составляет 40197,3 га. Природный парк создан с целью сохранение биологического и ландшафтного разнообразия, мест обитания редких и исчезающих видов животных и растений, а также создание условий для регулируемого туризма в районе.

Природный парк прилегает не только к курорту Белокуриха, но и находится в окружении субкластера «Белокуриха-2». Концепция субкластера «Белокуриха-2» пред-

ставляет собой проект «Город Здоровья», возведенный в низкогорьях Алтая. Важной задачей является использование возможностей парка для организации туристских маршрутов. Местность покрыта преимущественно хвойным лесом, расположена на южном склоне и имеет гористый рельеф и долину реки Малая Сычевка.

Новый проект «Белокуриха-3» будет включать два основных кластерных участка: урочище «Щеки» около сел Солоновка и Красный городок, и урочище Осиновка, на месте существовавшего ранее одноименного населенного пункта. Эта территория получила статус лечебно-оздоровительной местности [3].

Природно-экологические элементы дестинации составляют: курортная зона, территории со статусом «лечебно-оздоровительная местность», природный парк «Предгорье Алтая». Популярными местами посещения являются терренкуры к скалам на Сухой гриве, горе «Круглая», скалам «Четыре брата», «Амбарчики», «Будда медицины», «Огородчики», а также серпантин в «Белокуриху-2». Пейзажные скалы встречаются по маршрутам на Проходную гриву, в «Белокуриху-3» (Осиновка), к устью реки Быстрая (урочище Щеки), к вершине горы Синюха (1379 м), где по тропе привлекают внимание пейзажные скалы «Китайская стенка». Интерес представляет для туристов из Сибири небольшие дубовые рощи. Сосновые и осиново-пихтовые леса с реликтовыми травянистыми растениями являются важнейшим компонентом дестинации. Водные объекты также выступают экологическими коридорами. Это р. Песчаная с небольшими пляжами, р. Поперечная, а также маленькие речки Белокуриха, Бол. Сычевка и другие, имеется Сычевский пруд [9].

Экономико-инфраструктурные элементы дестинации определяются наличием города-курорта Белокуриха. Курортная зона представляет собой самостоятельную часть города Белокуриха, которая вытянулась по долине одноименной реки. Популярностью пользуются локальные объекты: ТРК «Сибирское подворье» в с. Новотырышкино, включающий ипподром и конюшни; экодеревня «Белокуриха Village»; туркомплекс «Лесная

сказка», находящийся в уединенном месте на реке Белокуриха (санатория «Россия»); горнолыжные комплексы (подъемники) «Благодать», «Гора Церковка», «Даниловка», «Яковка», «Лесная сказка», «Мишина гора». Транспортная сеть обеспечивает возможность организации автомаршрутов к Чуйскому тракту, Денисовой пещере (где был найден человек алтайский).

Социально-культурные элементы дестинации способствуют формированию дополнительных услуг в ЛОТ. На первом этапе формирования границ России территория Белокурихи находилась в пограничной полосе. Здесь существовали казачьи оборонительные крепости, и до сих пор сохранилась культура казачества. Белокуриха – это важный центр событийного туризма и место проведения народных праздников. Популярны народные промыслы и ремесла с проведением мастер-классов обеспечивают: ковка металла; гончарные работы.

Весьма привлекательными туристскими объектами являются здание старой курортной радонолечебницы, родник «Глазной ключ», «Змеиный колодец», музей истории курорта. Гора Церковка используется как один из наиболее популярных экскурсионных объектов. На маршрутах встречаются старые шахты и шурфы, есть музей под открытым небом – это Белокурихинский вольфрамовый рудник.

Терренкуры курорта Белокуриха начинаются недалеко от спальных корпусов, проложены по пересеченной местности. Имеется маркировка расстояния, сделано покрытие или в дренаж. Приведем перечень наиболее популярных терренкуров.

1. Терренкур № 1 «Старая мельница», имеет протяженность 3500 м, перепад высот – 100 м, угол подъема – 15-20 градусов. Это один из самых простых маршрутов. Часть терренкура проходит по центру курортной зоны, а самый интересный отрезок пути длиной 1950 м по ущелью вдоль русла р.Белокуриха. По пути много мест для отдыха, а в конце маршрута – место старой плотины.

2. Терренкур санатория «Катунь» проходит по горному склону, покрытому сосновым лесом и имеет протяженность 1200 м.

3. Терренкур № 4 «Вековая сосна» имеет протяженность – 4000 м, перепад высот – 350 м, угол подъема – до 25 градусов.

4. Терренкур санатория «Родник Алтая» протяженностью 1470 м начинается в начале курортной зоны.

5. Терренкур «Устье ручья Шиши, имеет длину 3023 м, угол подъема – до 40 градусов, перепад высот – 120 м. Тропа идет вверх по течению р. Белокуриха, до небольшого оврага.

6. Терренкур «Гора Круглая» имеет длину 5 км, угол подъема – 45 градусов, перепад высот – 550 м.

7. Терренкуры санаториев Белокуриха и Катунь имели протяженность около 400 м. Проект нового терренкура был создан в 2019 г. и объединил две тропы между санаториями, а в 2020 г. выполнено благоустройство тропы и размещены зоны отдыха.

8. При реализации проекта «Белокуриха-2» был разработан терренкур, получивший название «Николая Бреславского». Маршрут в направлении горы Сухая Грива сооружали, руководствуясь рекомендациями о протяженности пешеходных отрезков и градусах подъема тропы. Тропа проходит по лесному массиву, начинается на высоте 760 м, в конечной точке маршрута, через 1,8 км, высота местности – 902 м. 11-я остановочная станция «Поляна Берендея» – это окончание терренкура, но тропа была продолжена как маршрут еще 7 километров – до скального комплекса «Каменный огород».

На последнем примере терренкур переходит в туристский маршрут с возможностями размещения вне основного места пребывания на курорте, а используя объекты гостиницы «Белокуриха-2».

На рис. 5 показана основная сеть туристских маршрутов Большой Белокурихи. Большинство существующих троп в настоящее время не подготовлены для маршрутов ЛОТ, не имеют необходимой инфраструктуры для отдыха. Основными узлами туристских маршрутов в перспективе кроме курорта Белокуриха будут являться: «Белокуриха-2», «Белокуриха-3» (Осиновка), с. Солонька (урочище Щеки), с. Даниловка.

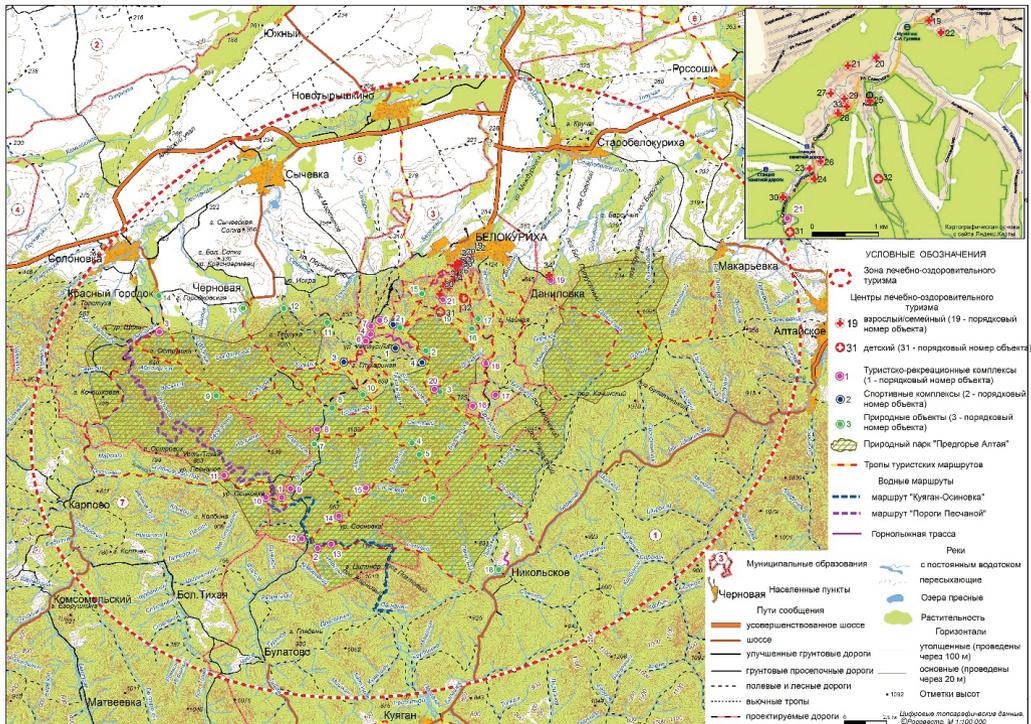


Рис. 5 – Размещение лечебно-оздоровительных и туристско-рекреационных объектов в дестинации Большая Белокуриха

Fig. 5 – Placement of health-improving and tourist-recreational facilities in Bolshaya Belokurikha

Номера на карте:

**Муниципальные образования:** 1 – Алтайский район; 2 – Быстроистокский район; 3 – г. Белокуриха; 4 – Петропавловский район; 5 – Смоленский район; 6 – Советский район; 7 – Солонешенский район.

**Центры лечебно-оздоровительного туризма:** 19 – санаторий Белокуриха; 20 – санаторий Алтайский замок; 21 – санаторий Алтай; 22 – санаторий Родник Алтая; 23 – санаторий Сибирь; 24 – санаторий Катунь; 25 – санаторий Россия; 26 – санаторий Эдем; 27 – пансионат Транссиб; 28 – санаторий Аврора; 29 – Санаторий Центра Союза РФ; 30 – санаторий Белокуръ; 31 – Детский санаторий Белокуриха; 32 – Детский санаторий Министерства здравоохранения Белокуриха; 33 – санаторий Жемчужина Белокурихи; 34 – Лечебно-оздоровительный комплекс Долина Алтая.

**Туристско-рекреационные комплексы (планируемые):** 1 – субкластер Белокуриха-3 «Осиновка»; 2 – субкластер Белокуриха-3 «Сосновка»; 3 – субкластер Белокуриха-3 «Урочище Щёки»; 4 – субкластер Белокуриха-2; 5 – историко-архитектурный комплекс «Андреевская слобода»; 6 – спортивно-оздоровительный

комплекс; 7 – Визит-Центр; 8 – кафе «Перевал»; 9 – пасека «Осиновка»; 10 – рыбацкая деревня; 11 – турбза «Песчаная»; 12 – пасека «Сосновка»; 13 – заимка «Песчаная»; 14 – заимка «Сосновка»; 15 – турбаза «Казачья заимка»; 16 – заимка «Камболина»; 17 – турбаза «Предгорье Алтая»; 18 – таежная заимка «Лесная сказка»; 19 – ГК «Долина Алтая»; 20 – кемпинг; 21 – старая мельница; 22 – канатная дорога.

**Спортивные комплексы:** 1 – горнолыжный комплекс Мишина Гора; 2 – лыжно-биатлонный комплекс Алтайские горы; 3 – горнолыжный комплекс Глухарина (планируемый); 4 – Спортивный комплекс (планируемый); 5 – горнолыжный комплекс Благодать.

**Природные объекты:** 1 – Каменный Дед; 2 – г. Сухая Грива; 3 – скалы Каменный огород; 4 – скалы Китайская стена; 5 – г. Малая Синюха; 6 – г. Синюха; 7 – Музей под открытым небом «Вольфрамовый рудник»; 8 – Лосиная ферма; 9 – г. Черная Грива; 10 – г. Чернижняя; 11 – скалы Амбарчики; 12 – Искровское месторождение минеральных вод; 13 – с. Черновая; 14 – п. Красный Городок; 15 – г. Церковка; 16 – г. Круглая; 17 – скалы Четыре брата; 18 – с. Никольское; 19 – урочище Шиши.

**Заключение.** Изучение пространственной структуры дестинаций ЛОТ в Алтайском крае позволило определить необходимость разработки сети туристских маршрутов лечебно-оздоровительной направленности. Целесообразность этого подтверждает активное использование отдыхающими санаториев существующих терренкуров и развитие пешеходных прогулок.

Проведенное анкетирование отдыхающих санаторий позволило сделать вывод об интересе к маршрутам ЛОТ и желании на маршруте размещаться в комфортных гостиницах, хотя некоторые респонденты были готовы размещаться в туристских домиках или даже в палатках. Это говорит о том, что существующая маршрутная сеть Алтая не соответствует ЛОТ и есть необходимость в средствах размещения оказывать услуги медицинского и оздоровительного характера.

Особое значение для развития ЛОТ имеют особо охраняемые природные территории, так как рекреационная функция является одной из важнейших. В заказниках и природных парках Алтайского края имеется дорожно-тропиночная сеть, однако она не подготовлена для туристов, отнесенных к сегменту ЛОТ.

Разработан алгоритм составления маршрутов ЛОТ и основные типы их пространственной организации.

На примере дестинации Большая Белокуриха показана возможность развития сети маршрутов ЛОТ, основой которой являются существующие маршруты активного туризма и реализуемые в настоящее время инвестиционные проекты «Белокуриха-2» и «Белокуриха-3». Терренкуры и аттрактивные объекты посещения на экскурсионных маршрутах составляют потенциал дальнейшего развития сети маршрутов ЛОТ.

#### Список источников

1. **Абенова Е.А.** Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Казахстане // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2015. №1(10). С. 7-10.
2. **Акимов О.С., Волкова А.К., Дунец А.Н.** Особенности дестинаций лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае // Российский экономический интернет-журнал. 2020. С. 2218-5402.
3. Биоклиматический паспорт лечебно-оздоровительного местности «Белокуриха-3» (Алтайский край, Смоленский район). Филиал ТНИИКиФ ФГБУ СибФНКЦ ФМБА России. Томск, 2017. 56 с.
4. **Ветитнев А.М., Дзюбина А.В., Торгашева А.А.** Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и типологии // Вестник СГУТиКД. 2012. №2(20). С. 50-56.
5. **Дунец А.Н.** Туристско-рекреационные комплексы горного региона: Монография. Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2011. 204 с.
6. **Ефимов С.А., Ефимова А.С.** Лечебно-оздоровительный, лечебный и оздоровительный туризм: уточняем понятийно-терминологический аппарат // Вестник физиотерапии и курортологии. 2017. Т.24(4). С. 155-160.
7. **Колотова Е.В.** Рекреационное ресурсоведение. М.: Изд-во РМАТ, 1999. 138 с.
8. **Королев А.Ю.** Эталонные маршруты и оценка туристских возможностей горных территорий: Автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2010. 23 с.
9. Курортно-рекреационный потенциал Западной Сибири / Под ред. Е.Ф. Левицкого, В.Б. Адилова. Томск, 2002. 227 с.
10. **Лукьянова Л.Г., Цыбух В.И.** Рекреационные комплексы. К.: Высшая школа, 2004. 346 с.
11. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы / В.А. Квартальнов [и др.]. М.: Финансы и статистика, 2001. 270 с.
12. **Мирзеханова З.Г., Кольцова А.А.** Геоэкологический использования рекреационного потенциала для развития лечебно-оздоровительного туризма на примере Хабаровского края // Проблемы региональной экологии. 2013. №6. С. 203-208.
13. **Мышлянцева С.Э.** Маршрутный принцип территориальной организации туризма // Теория социально-экономической географии: современное состояние и перспективы развития. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2010. С. 444-477.
14. **Оборин М.С.** Эстетическая и психологическая оценка ландшафтных комплексов для развития лечебной рекреации и туризма // Вестник РУДН, сер. Экология и безопасность жизнедеятельности. 2011. №2. С. 89-93.
15. **Преображенский В.С., Квартальнов В.А.** Основные концепции и модели рекреологии // Теоретические проблемы рекреационной географии. М.: ИГАН, 1989. С. 6-24.
16. **Саранча М.А.** К проблеме пространственной логики построения туристских маршрутов // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. №3(11). С. 25-31. doi: 10.22412/1995-0411-2017-11-3-25-31.
17. **Сикорская В.А.** Развитие лечебно-оздоровительного туризма в современных условиях // Вестник РМАТ. 2014. №3. С. 34-41.
18. **Чистобаев А.И., Семенова З.А., Грудцын Н.А.** Менеджмент партнерства государства и бизнеса в лечебно-оздоровительном туризме // Вестник НАТ. 2019. №3(51). С. 32-35.

19. **Lautier M.** International trade of health services: Global trends and local impact // *Health Policy*. 2014. Vol.118. №1. Pp. 105-113. doi: 10.1016/j.healthpol.2014.07.004.
20. **Sandberg D.S.** Medical tourism: An emerging global healthcare industry // *International Journal of Healthcare Management*. 2017. Vol. 10. №4. Pp. 281-288. doi: 10.1080/20479700.2017.1296213.

### References

1. **Abenova, E. A.** (2015). Perspektivy razvitiya lechebno-ozdorovitel'nogo turizma v Kazahstane [Prospects for the development of health tourism in Kazakhstan]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie [Azimuth of scientific research: economics and management]*, 1(10), 7-10. (In Russ.).
2. **Akimov, O. S., Volkova, A. K., & Dunets, A. N.** (2020). Osobennosti destinacij lechebno-ozdorovitel'nogo turizma v Altajskom krae [Features of the destinations of medical and health tourism in Altai Krai]: *Rossijskij ekonomicheskij internet-zhurnal [Russian economic Internet journal]*, 2218-5402.
3. (2017). *Bioklimaticheskij pasport lechebno-ozdorovitel'noy mestnosti «Belokuriha-3» (Altajskij kraj, Smolenskij rajon) [Bioclimatic passport of the health-improving area Belokurikha-3 (Altai Territory, Smolensk District)]*: Filial TNIKI FGBU SibFNK FMBA Rossii, Tomsk, 56. (In Russ.).
4. **Vetitnev, A. M., Dzyubina, A. V., & Torgasheva, A. A.** (2012). Lechebno-ozdorovitel'nyj turizm: voprosy terminologii i tipologii [Health and Wellness Tourism: Issues of Terminology and Typology]: *Vestnik SGTiKD [Bulletin of SGTiKD]*, 2(20), 50-56. (In Russ.).
5. **Dunets, A. N.** (2011). *Turistsko-rekreacionnye komplekсы gornogo regiona [Tourist and recreational complexes of the mountainous region]*: A monograph. Barnaul: Izd-vo AltGTU. (In Russ.).
6. **Efimov, S. A., & Efimova, A. S.** (2017). Lechebno-ozdorovitel'nyj, lechebnyj i ozdorovitel'nyj turizm: utochnyaem ponyatijno-terminologicheskij apparat [Health-improving, medical and health-improving tourism: clarifying the conceptual and terminological apparatus]. *Vestnik fizioterapii i kurortologii [Physiotherapy and balneology bulletin]*, 155-160. (In Russ.).
7. **Kolotova, E. V.** (1999). *Rekreacionnoe resursovedenie [Recreational resource science]*. Moscow: Publishing house of RIAT. (In Russ.).
8. **Korolev, A. Yu.** (2010). *Etalonnye marshruty i ocenka turistskikh vozmozhnostej gornyh territorij [Reference routes and assessment of tourist opportunities in mountainous areas]*: Cand. of geogr. sciences thesis, Perm. (In Russ.).
9. **Levitskiy, E. F., & Adilova, V. B.** (Eds.). (2002). *Kurortno-rekreacionnyj potencial Zapadnoj Sibiri [Resort and recreational potential of Western Siberia]*. Tomsk. (In Russ.).
10. **Lukyanova, L. G., & Tsybukh, V. I.** (2004). *Rekreacionnye komplekсы [Recreational complexes]*. Kiev: Vysshaya shkola. (In Russ.).
11. **Kvartalnov, V. A., et al.** (2001). *Menedzhment turizma. Turizm i otraslevye sistemy [Tourism management. Tourism and sectoral systems]*: A textbook. Moscow: Finansy i statistika. (In Russ.).
12. **Mirzekhanova, Z. G., & Koltsova, A. A.** (2013). Geoekologicheskij ispolzovaniya rekreacionnogo potenciala dlya razvitiya lechebno-ozdorovitel'nogo turizma na primere Habarovskogo kraja [Geoeological use of recreational potential for the development of health tourism on the example of the Khabarovsk Territory]. *Problemy regional'noj ekologii [Problems of regional ecology]*, 6, 203-208. (In Russ.).
13. **Myshlyavceva, S. E.** (2010). Marshrutnyj princip territorialnoj organizacii turizma [Route principle of territorial organization of tourism], *Teoriya socialno-ekonomicheskoy geografii: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya [The theory of socio-economic geography: current state and development prospects]*, Rostov n/D.: Izd-vo YUFU, 444-477. (In Russ.).
14. **Oborin M. S.** (2011). Esteticheskaya i psihologicheskaya ocenka landshaftnykh kompleksov dlya razvitiya lechebnoj rekreacii i turizma [Aesthetic and psychological assessment of landscape complexes for the development of medical recreation and tourism]: *Vestnik RUDN, seriya Ekologiya i bezopasnost' zhiznedeyatel'nosti [RUDN Bulletin, series Ecology and life safety]*, 2, 89-93. (In Russ.).
15. **Preobrazhenskij, V. S., Kvartalnov V. A.** (1989). Osnovnye koncepcii i modeli rekreologii /V.S. Preobrazhenskij, [Basic concepts and models of recreation: Teoreticheskie problemy rekreacionnoj geografii [Theoretical problems of recreational geography], Moscow: IGAN, 6-24. . (In Russ.).
16. **Sarancha, M. A.** (2017). K probleme prostranstvennoj logiki postroeniya turistskikh marshrutov [On the problem of the spatial logic of constructing tourist routes]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 3(11), 25-31. doi: 10.22412/1995-0411-2017-11-3-25-31. (In Russ.).
17. **Sikorskaya, V. A.** (2014). Razvitie lechebno-ozdorovitel'nogo turizma v sovremennykh usloviyah [The development of health tourism in modern conditions]. *Vestnik RMAT [RIAT Bulletin]*, 3, 34-41. (In Russ.).
18. **Chistobaev, A. I., Semenova, Z. A., & Grudtsyn, N. A.** (2019). Menedzhment partnerstva gosudarstva i biznesa v lechebno-ozdorovitel'nom turizme [Management of partnership between the state and business in health tourism]. *Vestnik NAT [NAT Bulletin]*, 3(51), 32-35. (In Russ.).
19. **Lautier, M.** (2014). International trade of health services: Global trends and local impact. *Health Policy*, 118(1), 105-113. doi: 10.1016/j.healthpol.2014.07.004.
20. **Sandberg, D. S.** (2017). Medical tourism: An emerging global healthcare industry. *International Journal of Healthcare Management*, 10(4), 281-288. doi: 10.1080/20479700.2017.1296213.

УДК 303.425.4

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10108

**МАТОВА Наталья Ивановна**

Филиал Института природно-технических систем (Сочи, Краснодарский край, РФ)  
кандидат экономических наук, старший научный сотрудник; lelj06@yandex.ru

**ШАГАРОВ Лев Мерабович**

Филиал Института природно-технических систем (Сочи, Краснодарский край, РФ)  
кандидат географических наук; lev049@mail.ru

## ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ ТУРИСТОВ НА ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Особо охраняемые природные территории – форма решения двух, по сути противоречивых, но одинаково актуальных задач: сохранения в первозданном виде природы и обеспечение массового отдыха населения при широком использовании природных активов. Кроме того, согласно принципам устойчивого туризма, ООПТ должны так же способствовать развитию экономики территорий их расположения. Сегодня на уровне Правительства страны и руководителей туристской отрасли поставлена задача приоритетного развития экотуризма, то есть туризма на охраняемых природных территориях, с использованием богатейшего потенциала страны. Решать ее необходимо с учетом накопленного в нашей стране и в мировой практике опыта преодоления обозначенного противоречия, на основе новейших знаний о тенденциях развития туристской индустрии и потребительского поведения. В статье проведен анализ особенностей экологически ответственного поведения туристов как одного из основных инструментов нивелирования негативных последствий сверттуризма для природы дестинаций, обоснована значимость ответственного поведения туристов для сохранения экосистем ООПТ, на основе данных опроса, проведенного Кавказским биосферным заповедником, дана характеристика экологически ответственного поведения туристов на ООПТ, сформулирована задача количественной оценки доли туристов, практикующих экологически ответственное поведение в сегменте «эко-туризм», апробирован авторский алгоритм выявления и оценки доли экологически ответственных туристов на основе социологического опроса и установлено, что 26% посетителей маршрутов заповедника практикуют экологически ответственное поведение во время похода. Полученная величина сопоставима с долей потребителей, которых можно отнести к социально и экологически ответственным, выявленной в результате других исследований.

**Ключевые слова:** ответственный туризм, экологически ответственное поведение, особо охраняемые природные территории, экотуризм, социологический опрос, потребительские ценности, развитие туризма.

---

**Для цитирования:** Матова Н.И., Шагаров Л.М. Особенности экологически ответственного поведения туристов на охраняемых природных территориях // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №1. С. 93–106. DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10108.

**Дата поступления в редакцию:** 2 февраля 2021 г. **Дата утверждения в печать:** 25 февраля 2021 г.

---

UDC 303.425.4

DOI: 10.24411/1995-0411-2021-10108

**Natalia I. MATOVA**

Branch of the Institute of Natural and Technical Systems (Sochi, Krasnodarsky Krai, Russia)  
PhD in Economics, Senior Researcher; e-mail: lej06@yandex.ru

**Lev M. SHAGAROV**

Branch of the Institute of Natural and Technical Systems (Sochi, Krasnodarsky Krai, Russia)  
PhD in Geography; e-mail: lev049@mail.ru

## SPECIAL ASPECTS OF ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR OF TOURISTS IN PROTECTED AREAS

**Abstract.** Specially protected areas are a form of solving two essentially contradictory, but equally urgent tasks: preserving pristine form of nature and ensuring an affordable recreation for population widely using the natural resources. Besides that, according to the sustainable tourism principles, protected areas should also contribute to the economy development of the territories, where they are located. Today the state's Government and the tourists industry's leaders pose the objective of priority development of ecotourism, meaning the tourism within the protected areas, utilizing the richest potential of the country. It is necessary to solve it taking into account the experience accumulated both in our country and in world practice in conquering the indicated contradiction, based on the modern knowledge about development of the tourism industry's trends and consumers' behavior. The article analyses features of tourists' ecologically responsible behavior as one of the main instrument for mitigation of the negative consequences for natural destinations caused by extensive tourism, justifies the importance of the tourists' responsible behavior for the protected area ecosystems preservation, characterizes the tourists' ecologically responsible behavior within the protected area on the ground of the survey's data, obtained by the Caucasian Biosphere Reserve, formulates an objective of quantity assessment the proportion of tourists practicing environmentally responsible behavior in the ecotourism segment, proves the author's algorithm for identifying and evaluating the proportion of environmentally responsible tourists based on a sociological survey and establishes, that 26% of the of the reserve's route visitors practice environmentally responsible behavior during the hike. The obtained value is comparable to the proportion of consumers, which can be attributed to socially and environmentally responsible ones, determined as a result of other studies.

**Keywords:** responsible tourism, environmentally responsible behavior, protected areas, ecotourism, sociological survey, consumer values, tourism development.

**Citation:** Matova, N. I., & Shagarov, L. M. (2021). Special aspects of environmentally responsible behavior of tourists in protected areas. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(1), 93–106. doi: 10.24411/1995-0411-2021-10108. (In Russ.).

**Article History**

Received 2 February 2021  
Accepted 25 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

### Введение

Отличительная особенность развития туристической отрасли конца 20-х годов 21 века заключается в обострении и выходе на новый уровень проблемы воздействия туризма на социально-экологическую систему принимающих территорий. Ситуация, когда чрезмерный рост числа посетителей ведет к эффекту «переполнения» дестинаций, в результате чего местным жителям навязываются изменения их образа жизни, усложняется доступ к удобствам и ухудшается общее качество жизни, а объекты культурного показа и природная среда разрушаются от чрезмерной нагрузки всевозрастающего потока туристов, получила название «сверхтуризм» («овертуризм») [14, 18]. Превышение пропускной способности дестинаций в физическом и (или) психологическом отношении ухудшает качество получаемого опыта и самих посетителей, что может привести в итоге к снижению востребованности данных туристских направлений и, как следствие, стагнации базового сектора региональной экономики [15, 16]. С явлением сверхтуризма и его негативными последствиями столкнулись исторические города, включенные в круизные маршруты (Венеция, Барселона, Дубровник, Суздаль), где большое количество кратковременных посетителей не несет экономике территории существенных денежных потоков; небольшие туристические острова (Балеарские острова, Мальорка, Санторини, острова Юго-Восточной Азии); крупные города – центры массового туризма (Амстердам, Прага, Париж, Рим, Санкт-Петербург). Однако первыми с проблемой превышения допустимой туристской нагрузки столкнулись уникальные дестинации с ограниченной пропускной способностью, в том числе особо охраняемые объекты природного и культурного наследия, которые были вынуждены принимать жесткие меры по ограничению туристского потока, вплоть до полного прекращения возможности посещения (Мачу Пикчу, гора Ката-Тьюта в национальном парке Улуру–Ката-Тьюта в Австралии, Эверест) [2, 19].

Пандемия коронавируса прервала усугубление тенденции чрезмерного разви-

тия туризма неожиданным и радикальным образом, предоставив тем самым ученым и практикам уникальную возможность получения новых знаний о закономерностях развития различных элементов системы индустрии туризма, например, в результате сравнения состояния дестинаций в условиях сверхтуризма и в условиях практически полного отсутствия туристов. Так исследователями отмечается, что после введения противоэпидемиологических ограничений на популярных туристских направлениях охраняемых природных территорий происходит восстановление экосистем [9, 17]. Это подтверждает существующее мнение, что экотуризм, то есть посещение природных территорий, наименее затронутых антропогенным воздействием, в первую очередь особо охраняемых природных территорий, в современном его виде наносит масштабный ущерб экологическим системам [8, 9].

Россия занимает первое в мире место по площади охраняемых природных территорий. По данным Всемирного фонда дикой природы (WWF) России, 13,52% площади страны имеют статус федеральных, региональных и местных особо охраняемых природных территорий (ООПТ)<sup>1</sup>. Кроме того, режим использования многих природных территорий нашей страны по факту соответствует статусу «особо охраняемые» природоохранных категорий IUCN, но при этом они не являются ООПТ (отдельные категории защитных лесов и особо защитных участков леса, водоохранные зоны, объекты культурного наследия, музеи-заповедники, территории традиционного природопользования<sup>2</sup>). В то же время, лишь 12% россиян посещали заповедники и национальные парки за последние 3 года, а 49% жителей нашей страны никогда не были в национальных парках<sup>3</sup>, и это при том, что,

<sup>1</sup> В России зафиксировали рекордную площадь заповедников // ТАСС. 01.10.2020. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9599793> (Дата обращения: 13.01.2021).

<sup>2</sup> Россия стала мировым лидером по площади охраняемых природных территорий // РИА Новости. 20.05.2019. URL: <https://ria.ru/20190520/1553637532.html> (Дата обращения: 13.01.2021).

<sup>3</sup> Заповедники России: бывали, знаем! // Аналитический обзор. ВЦИОМ. 16.01.2019. URL:

по данным Росстата за 2019 г., около 40% населения РФ проживает в радиусе 30 км от ближайшей федеральной ООПТ<sup>4</sup>.

Таким образом, в России имеются все предпосылки для развития экотуризма, как со стороны предложения уникального туристского продукта, так и со стороны потенциального спроса. Кроме того, в советское время был накоплен богатый опыт организации туризма на ООПТ, правда, не в столь массовом варианте, как в современной мировой практике.

Признание перспективности и значимости развития экотуризма в нашей стране подтверждается фактом реализации федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» в рамках нацпроекта «Экология», а также намерением разработать концепцию развития экологического туризма в РФ на период до 2035 года. «Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» обозначены следующие основные задачи: увеличение числа посетителей ООПТ до 16 млн. человек (для сравнения – Национальные парки США посещают около 331 млн. человек в год); организация не менее чем в половине национальных парков страны продуктов экотуризма на основе разработанных Минприроды России стандартов ведения туристской деятельности в границах ООПТ (пункт «Экологический туризм» раздела II «Ключевые цели и задачи развития туризма»).

Нарастив темпы развития экологического туризма в России, важно опираться на мировой опыт, использовать актуальные знания об особенностях его составных элементов, современные механизмы и инструменты регулирования, чтобы не повторить ошибки и избежать негативных последствий туристской деятельности на уникальных природных территориях. В

профессиональных и научных дискуссиях, посвященных поиску путей преодоления негативных воздействий чрезмерного туризма с сохранением позитивных социальных и экономических эффектов туристской деятельности, все чаще звучит мысль о необходимости снижения уровня потребления за счет этичного поведения туристов, то есть об ответственном туризме [15]. Следует формировать и поощрять у туристов потребительские предпочтения с экологической составляющей [4], которые представляют собой природно-ориентированную грань социально ответственного потребления.

### **Особенности и критерии экологически ответственного поведения туристов**

В целом под экологически ответственным поведением мы понимаем ценностное смыслообразование поведения, основанное на высокой значимости для индивидуума природы и заботы о ней, стремления не нанести вред [5, с. 128]. Экологически ответственное поведение туристов заключается, во-первых, в выборе туристского продукта (или различных его компонентов – при самостоятельном формировании индивидуального турпродукта), соответствующего экологическим требованиям на всех стадиях жизненного цикла всех его составляющих, во-вторых – в осознанном поведении во время путешествия, оказывающем положительное влияние на окружающую природную среду.

Проанализировав научные, методические и научно-популярные источники<sup>5</sup> [1, 13 и др.] и обобщив изложенные в них взгляды на сущность устойчивого и ответственного туризма, а также на основе собственных экспертных наблюдений авторы сформулировали основные критерии, характеризующие экологически ответственное поведение туристов:

– оказывать положительное влияние на окружающую природную среду. При этом выделяются два направления устремлений: «максимизировать выгоду для

<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zapovedniki-rossii-byvali-znaem> (Дата обращения: 13.01.2021).

<sup>4</sup> Статистика по ООПТ в России // Агентство стратегических инициатив. Всероссийский конкурс на создание туристско-рекреационных кластеров и развитие экотуризма в России URL: <https://priroda.life/> (Дата обращения: 13.01.2021).

<sup>5</sup> World Tourism Organization and United Nations Development Programme (2017), *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. UNWTO. Madrid. doi: 10.18111/9789284419401 (Accessed on January 17, 2021).

окружающей среды<sup>6</sup> и минимизировать негативные воздействия». Так звучит одна из четырех целей, в соответствии с которыми сгруппированы Глобальные критерии устойчивого туризма (Global Sustainable Tourism Criteria GSTC), сформулированные для туристских дестинаций Глобальным советом по устойчивому туризму ООН<sup>7</sup>,

– готовность сократить комфортность получаемых услуг, если средства, обеспечивающие туристу комфорт, наносят вред окружающей природе,

– стремление знать и понимать природу: личностное восприятие (интерпретация), получаемый опыт и повышение осведомленности об окружающей среде способствуют укреплению признательности по отношению к природе<sup>8</sup>. Как сказал советский и российский физикогеограф, поэт Юрий Ефремов:

*«Люблю и знаю. Знаю и люблю.*

*И тем полней люблю, чем глубже знаю».*

– дружественный, уважительный, партнерский стиль отношений – с местным сообществом, другими туристами, субъектами турбизнеса, окружающей природой.

Представление о том, насколько экологически ответственное поведение как туристов распространено среди россиян, можно на основании результатов опроса, проведенного Райффайзенбанком в период с 25 мая по 2 июня 2020 года среди 2 150 респондентов из 7 крупных городов России<sup>9</sup>.

Что касается выбора турпродукта, соответствующего экологическим требованиям на всех стадиях жизненного цикла всех его

составляющих, то почти половина (46%) респондентов сообщила, что выберет более экологичный способ путешествия из имеющихся равнозначных альтернатив. Для каждого пятого (21%) такой выбор «крайне важен». В целом же 67% опрошенных считают, что экологичность путешествий важна – в той или иной степени. Соответственно, каждый третий россиянин сегодня не учитывает аспект экологичности при выборе турпродукта, или считают его совсем не важным.

Другой атрибут осознанного путешественника – стремление оказывать положительное влияние на окружающую среду. Для очень незначительной части респондентов (6%) возможность принести пользу во время отдыха, в том числе через волонтерство, в виде помощи незащищенным категориям людей, заповедникам, участия в археологических раскопках и т.п., является важным критерием при выборе путешествия. Как правило, это люди, которые уже попробовали такой формат отпуска. Однако интерес к такому опыту проявили 55% опрошенных, что говорит о наличии большого потенциала у спроса на турпродукт подобного содержания. При этом 38% россиян не готовы к такому формату путешествия. Характерно, что их доля близка к количеству респондентов, совсем не обращающих внимание на экологичность выбираемого ими турпродукта.

Очевидно, что экологически ответственное поведение в наибольшей степени должно быть присуще экотуристам. В целом всех туристов, проходящих по маршрутам заповедников и национальных парков, можно разделить на три категории по мотивации соблюдения установленных на ООПТ правил дружественного по отношению к природе поведения. Для первой группы – это осознанное и добровольное следование нормам и правилам поведения и жизнедеятельности в дикой природе. Можно утверждать, что такие туристы являются, по классификации Natural Marketing Institute (NMI)<sup>10</sup>, приверженцами здоровья и устойчивости как образа жизни (LOHAS – Lifestyles of Health and Sustainability)<sup>11</sup> [3, 6].

<sup>6</sup> Резникова К. Что такое ответственный туризм и почему пора путешествовать осознанно // РБК. 24.05.2019. URL: <https://style.rbc.ru/life/5ce511669a794707af0ef88d> (Дата обращения: 13.01.2021).

<sup>7</sup> GSTC Destination Criteria. Version 2.0 with Performance indicators and SDGs // GSTC The Global Sustainable Tourism Council, 2019. 6 December. URL: <https://www.gstccouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf> (Accessed on January 10, 2021).

<sup>8</sup> What Is Ecotourism? // The International Ecotourism Society (TIES). URL: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> (Accessed on February 1, 2021).

<sup>9</sup> Райффайзенбанк: 33% россиян считают экологичность путешествий совсем не важной. Пресс-релизы // Официальный сайт АО «Райффайзенбанк». 11.06.2020. URL: <https://www.raiffeisen.ru/about/press/releases/149550/> (Дата обращения: 25.12.2020).

<sup>10</sup> LOHAS Market Research // Natural Marketing Institute. Harleysville. 2002. URL: <http://www.nmi-solutions.com> (Accessed on December 18, 2020).

<sup>11</sup> Ответственное потребление: пространство новых возможностей для бизнеса и опыт

Исследования NMI показывают, что 13-19% взрослого населения развитых стран мира относятся к этой группе потребителей<sup>12</sup> [12]. Вторую группу образуют путешественники, исполняющие правила поведения на ООПТ «по принуждению», под воздействием самой технологии организации тура, опасаясь контроля, санкций (формальные институции) или осуждения других туристов (неформальные институции). Третья группа – знает лишь в общих чертах о правилах и ограничениях и не считает нужным их соблюдать (при первой же возможности нарушает).

Основная целевая аудитория охраняемых природных территорий, наиболее «желанный» турист – это, конечно, приверженец устойчивости как образа жизни, осознанный потребитель и человек. Какова же сегодня количественная оценка осознанных туристов в числе посетителей российских ООПТ? Ответ на этот вопрос необходим для выстраивания эффективных бизнес-процессов оказания туристских услуг особо охраняемых природных территорий, которые, с одной стороны, обеспечат выполнение основной задачи – сохранение природных экосистем в первозданном виде, с другой – позволят получить наилучший финансовый результат от хозяйственной деятельности ООПТ, а с третьей стороны – послужат продвижению идеи осознанного туризма.

### Методы и методология

В работе применялся системный анализ научной литературы, обобщение и систематизация.

Исследование особенностей экологически ответственного поведения туристов на ООПТ проводилось на основе наблюдения и анализа состояния и функцио-

нирования маршрутов ФГБУ «Кавказский государственный природный биосферный заповедник им. Х.Г. Шапошникова» и сопоставления полученных данных с результатами опроса посетителей этих маршрутов.

В июле 2019 г. Кавказский биосферный заповедник разработал опросный лист и запустил анкетирование посетителей своих туристических маршрутов. Главной задачей этого исследования было выяснить ожидания и потребности туристов, изучить, насколько понятны и соблюдаются ими правила посещения территории, достаточно ли на маршрутах объектов инфраструктуры и информационного наполнения. Метод проведения опроса – анкетирование, самозаполнение анкеты в электронном виде. Форма анкеты располагается на официальном сайте заповедника<sup>13</sup>. Продвижение анкеты осуществлялось в Интернете – с использованием социальных сетей, официального сайта заповедника, а также в ходе личного общения сотрудников заповедника и его посетителей.

Опрос проводился с конца июня 2019 г. по середину января 2020 г. Планировалось усовершенствовать и продолжить опрос в 2020 году, однако запланированная заповедником программа опроса не была выполнена в полной мере в связи с противоэпидемиологическими ограничениями. Объем имеющейся выборки – 152 анкеты. Тем не менее, проведенный в работе анализ полученных в ходе опроса данных имеет научную и практическую ценность, так как проведены апробация и оценка методологии и инструментария опроса, а также разработана методология обработки полученных результатов, а именно алгоритм идентификации и количественной оценки экологически ответственных туристов на основе социологического опроса.

российских компаний. Доклад Центра устойчивого развития бизнеса Института исследований развивающихся рынков бизнес-школы Сколково (IEMS), 2018. URL: [https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO\\_IEMS/Research\\_Reports/SKOLKOVO\\_IEMS\\_R\\_research\\_2017-06-08\\_ru.pdf](https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_R_research_2017-06-08_ru.pdf) (Дата обращения: 23.12.2020).

<sup>12</sup> Gwynne, R. Consumer Trends & Profiles // NMI. Natural Marketing Institute. October 21, 2010. URL: [https://resource-solutions.org/images/events/rem/presentations/2010/Thurs\\_Customer%20Trends%20and%20Profiles\\_Gwynne%20Rogers.pdf](https://resource-solutions.org/images/events/rem/presentations/2010/Thurs_Customer%20Trends%20and%20Profiles_Gwynne%20Rogers.pdf) (Accessed on January 12, 2021).

<sup>13</sup> Анкета для посетителей туристических маршрутов Кавказского заповедника // Сайт Кавказского государственного природного биосферного заповедника имени Х.Г. Шапошникова. URL: <https://kavkazzapoved.ru/index.php/slide/anketa-dlya-posetiteley-turisticheskikh-marshrutov-kavkazskogo-zapovednika> (Дата обращения: 12.01.2021).

### **Влияние туризма на экосистемы охраняемых природных территорий. Значимость ответственного поведения туристов на ООПТ**

Развитие туризма на охраняемых природных территориях – не однозначный и непростой процесс [11]. В нашей стране среди сотрудников заповедников и даже национальных парков распространено мнение, что понятия «туристы» и «проблемы» тождественны [10]. Безусловно, такое отношение является реакцией на негативные последствия пребывания туристов на ООПТ – рекреационная дигрессия ландшафтов, вытаптывание растительности, эрозия почв, загрязнение территории бытовыми отходами, антропогенные причины нарушения миграции животных, появление адвентивных и синантропных видов и прочие. С другой стороны, доход получаемый от туристической деятельности, является важной составляющей в бюджете многих ООПТ.

Наиболее заметно негативное влияние туризма на экосистемы ООПТ в местах массового прохода и концентрации людей: на приютах, местах привалов, экскурсионных объектах, панорамных точках, особенно там, где проходят несколько туристских маршрутов. Стоянка – наиболее опасный элемент туристической инфраструктуры, требующий учета множества особенностей. Нарушения растительного покрова на стоянках неизбежны, но концентрация людей на ночевку в одном месте позволяет сохранить нетронутой всю остальную территорию. Кроме этого, в организованных местах стоянки повышается безопасность для самих людей и появляется возможность контролировать возможные нарушения.

Соблюдение правил поведения в зоне отдыха выражается, прежде всего, в предотвращении замусоривания территории. Это весьма распространенное явление значительно снижает не только внешний вид территории и, соответственно, качество отдыха, но также обуславливает более низкий предел фактической допустимой нагрузки.

Известны многочисленные случаи негативного влияния рекреантов на популяции редких видов растений и животных.

Систематический сбор цветущих эндемиков, редких и исчезающих видов растений сокращает их численность до критического уровня. Часто под угрозу попадает состояние популяций красивоцветущих растений, произрастающих вблизи туристских троп и в местах смотровых площадок. Очень уязвимыми к воздействию пешего туризма являются наземногнездящиеся птицы, которые из-за беспокойства полностью покидают привычные места гнездования, изменяется состав всего комплекса птиц.

Еще один важный запрет на территории заповедников и заказников лежит на кормлении животных. Каждая стоянка людей – центр синантропизации животных, в таких местах меняется поведение видов, которые могут легко извлекать выгоду от соседства с человеком: увеличивается численность мышевидных грызунов, проявляют синантропное поведение тур, лисица, медведь, куньи. Например, ситуация, сложившаяся в ФГБУ «Кавказский государственный природный биосферный заповедник им. Х.Г. Шапошникова»: в 2018 году с начала августа и до конца туристического сезона дирекция была вынуждена закрыть для ночевки туристический маршрут №13 «К Ачипсинским водопадам» по причине активности бурых медведей, прикормленных туристами. В результате безответственного поведения посетителей к середине лета звери совсем перестали опасаться людей, начали отнимать у них продукты, портить палатки и снаряжение. В свою очередь, нарушается вся остальная система тонкого равновесия экосистемы.

Существенными являются также водоохраные требования к поведению туристов. Стоянка множества людей требует решения санитарных проблем. И речь не только о механическом и химическом загрязнении воды при мытье посуды моющими средствами, купании людей с применением мыла или стирке вещей. При высоких летних температурах даже в проточной воде размножаются болезнетворные бактерии и вирусы. Всем знакомы вспышки ротавирусной инфекции на морских курортах. В озерах также вода остается чистой лишь до тех пор, пока человек не вносит неизбежные изменения.

**Характеристика экологически ответственного поведения туристов на ООПТ на основе результатов опроса посетителей маршрутов ФГБУ «Кавказский государственный природный биосферный заповедник им. Х.Г. Шапошникова»**

*Историческая справка о Кавказском биосферном заповеднике*

Кавказский биосферный заповедник относится к старейшим заповедникам России (основан 12 мая 1924 г.) и считается самым крупным в Европе горно-лесной охранной территорией. Фактически природоохранный статус этой территории был придан еще ранее, в 1886 г., когда была образована Великокняжеская «Кубанская охота» в верховьях рек Белой и Лабы.

Первые попытки организации туристической деятельности на территории, на которой сегодня расположен заповедник, были предприняты в начале 20-го века активными деятелями общественного Крымско-Кавказского Горного Клуба. На Красной Поляне Клуб открыл специальный приют для туристов<sup>14</sup>. Зарождение туризма на Кавказе было не простой задачей, так как в конце XIX века Кавказ по-прежнему оставался труднодоступным, а главное – представлялся непроходимым, крайне опасным для жизни, просто неинтересным районом – так и писали о нем в русской прессе, одновременно восхваляя альпийские красоты<sup>15</sup> [7].

В советское время комплексный подход к организации туризма в уже образованном Кавказском заповеднике начался в конце 20-х годов силами Центрального туристическо-экскурсионного управления (ТЭУ). С 1947 года на территории Кавказского заповедника действовало 4 всеюжных маршрута. В разные годы нитка маршрутов и точка их начала несколько видоизменялись, но по большому счету, основные направления оставались примерно

одинаковыми до 2000-х годов. С развитием научных исследований воздействия туризма на природные комплексы туристические маршруты в Кавказском заповеднике постепенно начали смещаться на периферию территории, и на данный момент основные нитки существующих маршрутов расположены по периметру заповедника. Центральная часть заповедника является природоохранным ядром и не содержит туристических маршрутов и объектов. Сегодня около 7% территории заповедника вовлечены в активную рекреационную деятельность. Закрытыми остаются только внутренние районы заповедника, но и они иногда посещаются «дикими» туристами. Следы их пребывания можно обнаружить в самых отдаленных, труднодоступных уголках заповедника. В большинстве случаев последствием пребывания туристов является скопление мусора, беспокойство, вносимое человеком в дикую природу, сгоревшие домики и балаганы. Кроме того, неопытность и безответственность туристов нередко приводит к трагическим случаям.

*Результаты оценки экологичности поведения туристов на ООПТ на основании данных социологического опроса*

Общее количество вопросов в анкете – 37. Для исследования различных аспектов мотивов поведения туристов, особенностей их взаимодействия с окружающей средой во время путешествия могут использоваться ответы на 15 вопросов анкеты. Их можно сгруппировать в соответствии с выявленными критериями экологически ответственного поведения туристов:

Ценности туристов, проявляющиеся в путешествии. Вопросы: «Ваша основная мотивация», «Что для Вас важно на маршруте», «Что Вам особенно понравилось на маршруте».

Общий вывод по данной группе вопросов: повышенная значимость природы в системе личных ценностей людей, проводящих свой отдых на тропах заповедника; как следствие (рабочая гипотеза) – потенциально большая озабоченность вопросами экологии и воздействия человека на природу.

<sup>14</sup> Фоменко А. Крымский горный клуб и его роль в становлении индустрии туризма // Портал Mountain.RU. URL: [http://www.mountain.ru/article/article\\_display1.php?article\\_id=1380](http://www.mountain.ru/article/article_display1.php?article_id=1380) (Дата обращения: 12.01.2021).

<sup>15</sup> Юбилейный сборник Крымско-Кавказского горного клуба. 1890–1914 // Под ред. М.А. Познанского. Одесса, 1915. 178 с.

Реальное поведение туристов – есть ли стремление минимизировать свои негативные воздействия и готовность сократить комфортность получаемых услуг. Вопросы: «Пользуетесь ли Вы мощными средствами в походе», «Если да, то для чего», «Что Вы делали со своим мусором на маршруте», «Оставалась ли у Вас приготовленная еда».

83% респондентов не пользуются мощными средствами в походе, что говорит

о высоком уровне их экологической ответственности. Те, кто все-таки используют мощные средства, в 71% случаев применяют его для гигиены при купании, в 21% случаев – для мытья посуды и 7% – для стирки вещей.

Вопрос «Что Вы делали со своим мусором на маршруте?» закрытый, один вариант ответа (рис. 1)

Ответы на этот вопрос говорят о крайней экологической ответственности

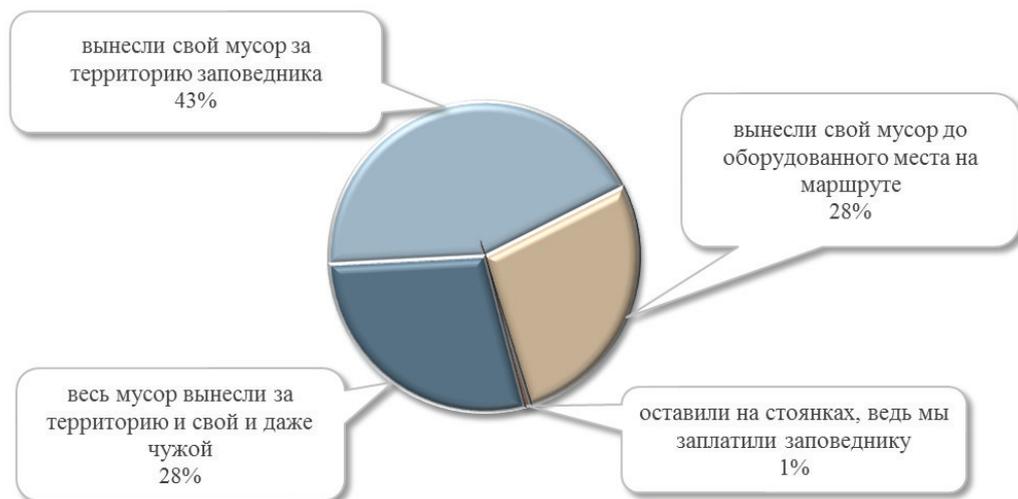


Рис. 1 – Распределение ответов на вопрос «Что Вы делали со своим мусором на маршруте?»

Fig. 1 – Distribution of answers to the question "What did you do with your garbage on the route?"

респондентов. Особенно радует, что чуть менее трети туристов уносят за территорию заповедника не только свой мусор, но также мусор, оставленный другими туристами, скорее всего, вдоль тропы. Однако такое «единодушие» при очевидном наличии проблем с мусором на ООПТ требует в дальнейшем постановки контрольного вопроса в анкете.

Знание и понимание, какое поведение на ООПТ является ответственным. Вопросы: «Встречались ли Вам туристы, нарушающие правила заповедника?», «Если да, то какие это были нарушения?».

62% респондентов заметили нарушения правил заповедника со стороны других туристов. Примечательно, что из них 5% на первый вопрос ответили, что не замечали нарушений туристами правил, тем не менее при ответе на вопрос, где предлагалось

уточнить, какие именно нарушения были отмечены, выбрали тот или иной вариант. Данный вопрос – хороший пример обучающего вопроса, когда заполнение анкеты позволяет респонденту узнать, вспомнить или обратить свое более пристальное внимание на правила пребывания на ООПТ.

Стремление знать и понимать природу. Вопросы: «Хорошо бы добавить [информации] на маршруте», «...опишите подробнее, какие это были животные, как они повели при встрече с Вами».

Варианты ответов на полуоткрытый вопрос: «Хорошо бы добавить на маршруте [информации]» представлены на рис. 2. Допустимо несколько вариантов ответов.

Судя по ответам на второй вопрос группы, 56% респондентов встретили во время похода диких животных или их следы (или слышали их ночью), почти все по-

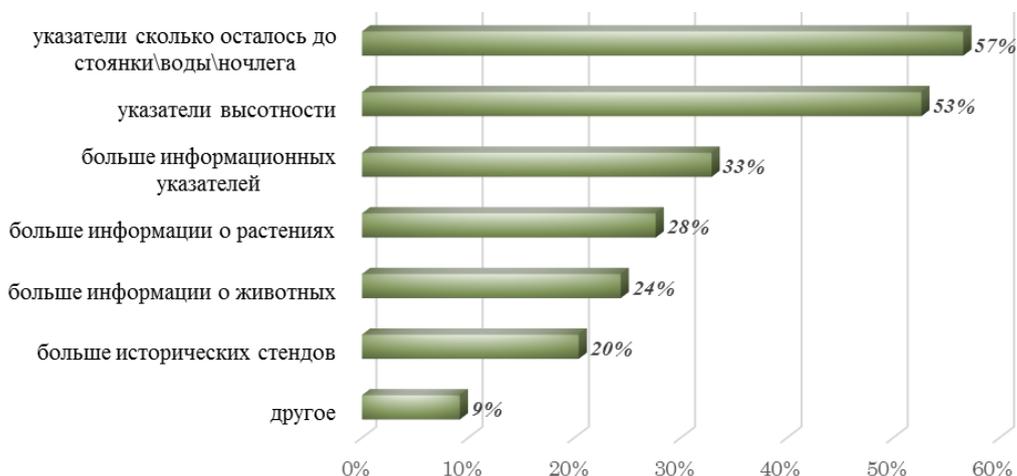


Рис. 2 – Распределение ответов на вопрос «Хорошо бы добавить на маршруте [информацию]»

Fig. 2 – Distribution of answers to the question “It would be nice to add [information] on the route”

делились в анкете описанием виденного, в различной степени подробно.

Общий вывод по ответам данной группы вопросов – интерес и стремление изучать, познавать окружающую природу не является по факту приоритетным или даже значимым.

Партнерство в решении задач: дружественный, уважительный, партнерский стиль отношений. Вопросы: «Будете ли Вы обязательно выносить мусор, если придется оставить за него залог?», «Какой размер залога за мусор с 1 человека кажется для Вас приемлемым?», «Хотели бы Вы принять участие в работе заповедника?», «Пожелания заповеднику».

Проблема мусора является болевой как для туристов, так и для сотрудников заповедника. Поэтому вопросы на эту тему вызвали оживленную реакцию респондентов. Палитра ответов распределялась от непонимания идеи залога, ее неприятия и критики, до одобрения и высказывания предложений по оптимизации процедуры залога. Такую ситуацию в целом можно расценивать как высокую вовлеченность туристов в задачи и проблемы ООПТ, наличие личной интерпретации, что является признаком экологической ответственности туристов.

Сделанный вывод подтверждают и ответы на вопрос о желании принимать

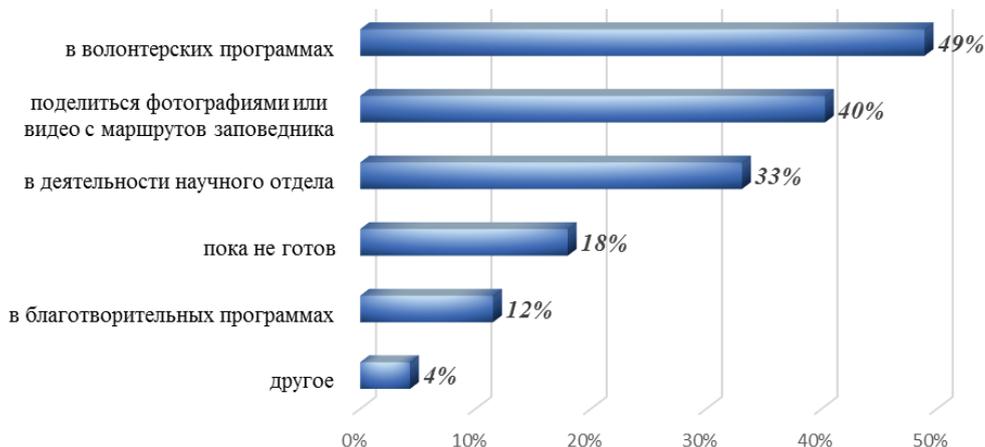


Рис. 3 – Распределение ответов на вопрос «Хотели бы Вы принять участие в работе заповедника?»

Fig. 3 – Distribution of answers to the question “Would you like to take part in the work of the reserve?”

участие в работе заповедника (рис. 3). Лишь 18% респондентов не чувствуют достаточной мотивации для сотрудничества с заповедником в той или иной форме, еще 12% видят на данный момент свое взаимодействие с заповедником только в форме «поделиться фото и видео».

Портрет экологически ответственного туриста ООПТ можно завершить следующими словами респондента (из ответов на вопрос «Пожелания к заповеднику»): «Очень бы хотелось, чтобы люди сохранили это замечательное место. Я очень благодарна сотрудникам заповедника за их труд. И порой у меня возникает желание переехать из большого города к вам и стать частью команды».

#### **Апробация алгоритма выявления и количественной оценки экологически ответственных туристов на основе социологического опроса**

В ходе анализа результатов опроса посетителей маршрутов Кавказского биосферного заповедника было определено, что 26% туристов практикуют экологически ответственное поведение в сегменте

«экотуризм». Был разработан и применен следующий алгоритм идентификации и количественной оценки экологически ответственных туристов.

1. Формулировка (в случае обработки результатов уже проведенного опроса – выявление) вопросов анкеты, позволяющих однозначно определить экологически ответственных туристов («жесткие» критерии): на основании сформулированных ранее критериев экологически ответственного поведения туристов и основных правил поведения на территории ООПТ. Рекомендуется, чтобы вопросы относились к категориям «максимизировать выгоду для окружающей среды и минимизировать негативные воздействия», и «готовность сократить комфортность получаемых услуг, если средства, обеспечивающие туристу комфорт, наносят вред окружающей природе».

2. Определение вариантов ответов, соответствующих экологически ответственному поведению туриста (в нашем случае – на ООПТ). Результаты представляются в таблице (табл. 1).

*Таблица 1 – Формирование критериев отбора респондентов в выборочную совокупность «экологически ответственный турист»*

*Table 1 – Formation of the respondent selection criteria in the sample “environmentally responsible tourist”*

<b>Принцип экологически ответственного поведения туристов</b>	<b>Вопрос анкеты</b>	<b>Варианты ответа, соответствующие экологически ответственному поведению туриста на ООПТ</b>
Готовность сократить комфортность получаемых услуг	Пользуетесь ли Вы мощными средствами в походе?	нет
Максимизировать выгоду для окружающей среды и минимизировать негативные воздействия	Оставалась ли у Вас приготовленная еда?	– да, приходилось нести с собой дальше – нет, съедали все, даже не хватало
– Максимизировать выгоду для окружающей среды и минимизировать негативные воздействия – Партнерский стиль отношений – с другими туристами, с Заповедником, формирующим турпродукт	Что Вы делали со своим мусором на маршруте?	Весь мусор вынесли за территорию и свой и даже чужой

3. Формирование выборки по сформулированным «жестким» критериям.

4. Верификация полученных результатов – сравнение ответов в генеральной выборке и в выборке «экологически от-

ветственный турист» на другие вопросы, позволяющие косвенно оценить экологическую ответственность респондентов (верификация по «мягким» критериям) (табл. 2).

Таблица 2 – Верификация выборки «экологически ответственный турист» по «мягкому» критерию «Стремление знать и понимать природу»

Table 2 – Verification of the sample “environmentally responsible tourist” according to the “soft” criterion “Striving to know and understand nature”

Вопрос анкеты	Варианты ответа, соответствующие экологически ответственному поведению туриста на ООПТ	Доля ответа в выборке «экологически ответственный турист», %	Доля в общей выборке опроса, %
Для Вас важно на маршруте	дикая природа	87 / 46	79 / 28
		(в том числе / исключительно)	
Ваша основная мотивация	наблюдение за животными, растениями	18	10
Опишите животных, которых Вы встречали на маршруте, как они повели при встрече с Вами	/ перечислили увиденных животных /	67	51
	/ дали описание /	46	39

Верификация по «мягкому» критерию «Партнерский стиль отношений (с Заповедником, формирующим турпродукт)» проводилась по ответам на вопросы «Будете ли Вы обязательно выносить мусор, если придется оставить за него залог?», «Какой размер залога за мусор с 1 человека кажется для Вас приемлемым?» и «Пожелания к заповеднику». Отмечено, что респонденты в выборке «экологически ответственный турист» более активно и подробно отвечали на вопросы и формулировали свои предложения, проявляли большую заинтересованность, чем в целом по генеральной выборке.

### Заключение

Экологически ответственное поведение туристов является значимым механизмом преодоления негативных последствий сверхтуризма – актуальной проблемы туристских регионов всего мира. В наибольшей степени экологически ответственное поведение должно быть присуще экотуризму, чтобы свести к возможному минимуму негативное влияние, оказываемое присутствием человека на экосистемы малонарушенных природных территорий. Стимулирование ответственного туризма на особо охраняемых природных территориях является национальной задачей в сфере сохранения биологического разнообразия и развития внутреннего туризма, что отражено в соответствующих стратегических и нормативных актах федерального и регионального уровней, федеральных

проектах, международных обязательствах России. При этом развитие системы охраны природных территорий и одновременно поддержка познавательного природного туризма на них имеет богатую историю в нашей стране.

Исследование особенностей экологически ответственного поведения туристов проводилось на основе анализа и сопоставления фактов о состоянии и функционировании маршрутов ФГБУ «Кавказский государственный природный биосферный заповедник им. Х.Г. Шапошникова» и результатов опроса посетителей этих маршрутов. Подтверждена и проиллюстрирована рабочая гипотеза, что туристы, проводящих свой отдых на маршрутах заповедника – люди с повышенным уровнем значимости природы в системе личных ценностей, как следствие, они проявляют озабоченность вопросами экологии и воздействия человека на природу во время своего путешествия.

На основе авторского алгоритма выявления и количественной оценки экологически ответственных туристов по данным социологического опроса дана количественная оценка доли туристов, практикующих экологически ответственное поведение в сегменте «экотуризм» – 26%. Эта цифра сопоставима с долей потребителей, которых можно отнести к социально и экологически ответственным, выявленной в результате других исследований: опросом Райфайзенбанка, согласно которым для

21% россиян «крайне важен» выбор более экологичного способа путешествия из имеющихся равнозначных альтернатив, и исследованиями мирового потребительского рынка компанией Natural Marketing Institute, показавшими, что доля LOHAS-потребителей в развитых странах составляет до 19% взрослого населения.

Понимание степени распространенности идеологии и практики ответственного туризма, знание количества (доли) туристов, практикующих экологически

ответственное поведение способствуют дальнейшему изучению феномена экологически ответственного поведения туристов, факторов его развития и динамики, а также имеют неопределимое практическое значение при разработке стратегий и программ устойчивого развития туризма на федеральном, региональном и местном уровнях, формировании маркетинговых и производственных стратегий и планов экологически ответственных субъектов туристической индустрии.

#### Список источников

1. **Аигина Е.В.** Сверхтуризм и туризмобия: новые явления или старые проблемы? // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т.12. №4. С. 41-55. doi: 10.24411/1995-0411-2018-10404.
2. **Аигина Е.В.** Управление дестинациями в контексте сверхтуризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т.13. №4. С. 7-21. doi: 10.24411/1995-0411-2019-10401.
3. **Божук С.Г., Плетнева Н.А., Евдокимов К.В.** Стратегии маркетинга экологически ориентированных туристических предприятий // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2017. №3(48). С. 124-129.
4. **Василенко Н.В.** О концептуализации понятия «экологическая составляющая потребительских предпочтений» // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №5-2. С. 33-39.
5. **Матова Н.И.** Социологическое исследование степени, перспектив и институциональных предпосылок развития «зеленого» туризма в нашей стране. Ч. II: Осознаваемые туристами экологические аспекты. Факторы экологичности поведения // Системы контроля окружающей среды. 2018. №11(31). С. 125-132.
6. **Матова Н.И.** Формирование ответственного туризма на ООПТ // Устойчивое развитие особо охраняемых природных территорий: Сб. науч. ст. по мат. VII Всерос. (нац.) науч.-практ. конф. Сочи: Природный орнитологический парк в Имеретинской низменности, 2020. С. 234-239.
7. **Матова Н.И., Гудкова Н.К., Горбунова Т.Л.** Ретроспективный анализ взаимоотношений отечественной индустрии рекреации и туризма с окружающей природной средой // Российские регионы рекреационно-туристской специализации: состояние, проблемы, перспективы развития: Коллективная монография. Сочи: СНИЦ РАН, 2019. С. 367-405.
8. **Мишулина С.И.** Сущность «зеленого» туризма // Регионы России в новых экономических условиях: Сб. науч. ст. по мат. науч.-практ. конф. Сочи: СНИЦ РАН, 2016. С. 18-26.
9. **Мкртчян Г.М., Блам И.Ю.** Экотуризм и природоохранная деятельность до и после пандемии COVID-19 // ЭКО. 2021. №51(2). С. 25-39. doi: 10.30680/ECO0131-7652-2021-2-25-39\_
10. **Пегова О.В., Шагаров Л.М.** Туризм и туристы на ООПТ – путь к осознанности и устойчивости // Устойчивое развитие особо охраняемых природных территорий. Сб. науч. ст. по мат. VI Всерос. науч.-практ. конф. Сочи: Природный орнитологический парк в Имеретинской низменности, 2019. С. 236-241.
11. **Рогожин В.С., Шевляков Д.И.** Угрозы развития экотуризма в России // Научный альманах Центрального Черноземья. 2019. №1. С. 75-77.
12. **Солдатова Е.В., Пустынина Д.Д.** LOHAS-потребители – драйверы устойчивого развития бизнеса // International conference on modern researches in science and technology: Conference Proceedings. 2017. Berlin: Scientific public organization "Professional science", 2017. Pp. 58-67.
13. **Трофимов Е.Н.** Ответственный туризм: новый взгляд на подготовку кадров // Высшее образование сегодня. 2019. №3. С. 5-10. doi: 10.25586/RNU.HET.19.03.P.05.
14. **Сарocchi A., Vallone C., Pierotti M., Amaduzzi A.** Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives // *Sustainability*. 2019. Vol.11. Iss.12. Pp. 3303. doi: 10.3390/su11123303.
15. **Goodwin H.** Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment // *Tourismus Wissen – quarterly*. 2019. Pp. 110-114.
16. **Higgins-Desbiolles F., Carnicelli S., Krolikowski C., Wijesinghe G., Boluk K.** Degrowing tourism: rethinking tourism // *Journal of Sustainable Tourism*. 2019. Vol.27. Iss.2. Pp. 1-19. doi: 10.1080/09669582.2019.1601732.
17. **Manenti R., Mori E., Di Canio V., Mercurio S., Picone M., Caffi M., Brambilla M., Ficetola G.F., Rubolini D.** The good, the bad and the ugly of COVID-19 lockdown effects on wildlife conservation: Insights from the first European locked down country. *Biological Conservation*. 2020. Vol. 249. doi: 10.1016/j.biocon.2020.108728.
18. **Milano C., Novelli M., Cheer J. M.** Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development*. 2019. Vol.16:4. Pp. 353-357. doi: 10.1080/21568316.2019.1599604.
19. **Rangus M., Bozinovski B., Brumen B.** Overtourism and the green policy of Slovenian Tourism. In: *Responsible Hospitality: Inclusive, Active, Green / Gorenak M., Trdina A., eds.; Chapter 13*. Maribor: University of Maribor Press, 2018.

## References

1. Aigina, E. V. (2018). Sverhturizm i turizmofobiya: novye yavleniya ili starye problemy? [Overtourism and tourismophobia: new phenomena or old problems?]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 12(4). 41-55. doi: 10.24411/1995-0411-2018-10404. (In Russ.).
2. Aigina, E. V. (2019). Upravlenie destinatsiyami v kontekste sverhturizma [Destination management in overtourism]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 13(4). 7-21. doi: 10.24411/1995-0411-2019-10401. (In Russ.).
3. Bozhuk, S. G., Pletneva, N. A., & Evdokimov, K. V. (2017). Strategii marketinga ekologicheskii orientirovannykh turistskikh predpriyatij [Marketing strategies for eco-friendly tourism enterprises]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta [Izvestiya Saint-Petersburg state agrarian university]*, 48, 124-129. (In Russ.).
4. Vasilenko, N. V. (2019). O konceptualizatsii ponyatiya «ekologicheskaya sostavlyayushaya potrebitelskikh predpochtenij» [The concept of «environmental component of consumer preferences».]. *Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava [Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law]*, 5-2, 33-39. (In Russ.).
5. Matova, N. I. (2018). Sociologicheskoe issledovanie stepeni, perspektiv i institucionalnykh predposylok razvitiya «zelenogo» turizma v nashej strane. Chast II: osoznaemye turistami ekologicheskie aspekty. Faktory ekologichnosti povedeniya [Methodological aspects of sociological research of degree, prospects and institutional preconditions of development of green tourism in Russia. Part II: Environmental considerations realized by tourists. Factors of environmental friendliness of behaviour]. *Sistemy kontrolya okruzhayushej sredy [Environmental control systems]*, 11(31), 125-132. (In Russ.).
6. Matova, N. I. (2020). Formirovanie otvetstvennogo turizma na OOPT [Fashioning responsible tourism in protected areas]. *Ustojchivoe razvitie osobo ohranyaemykh prirodnykh territorij [Sustainable development of protected natural areas]: The Collection of scientific articles based on the materials of the VII Scientific-Practical Conference. Sochi: Natural Ornithological Park in the Imereti Lowland, 234-239. (In Russ.).*
7. Matova, N. I., Gudkova, N. K., & Gorbunova, T. L. (2019). Retrospektivnyj analiz vzaimootnoshenij otechestvennoj industrii rekreacii i turizma s okruzhayushej prirodnoj sredoj [Retrospective analysis of the relationship between the recreation and tourism industry and the natural environment]. *Rossijskie regiony rekreacionno-turistskoj specializacii: sostoyanie, problemy, perspektivy razvitiya [Russian regions of recreational and tourist specialization: state, problems, prospects of development]: A collective monograph. Sochi: Sochi Research Center of the Russian Academy of Sciences, 367-405. (In Russ.).*
8. Mishulina, S. I. (2016). Sushnost «zelenogo» turizma [The essence of green tourism]. *Regiony Rossii v novykh ekonomicheskikh usloviyakh [Russian regions in the new economic conditions]: The Collection of scientific articles based on the materials of the Scientific-Practical Conference. Sochi: Sochi Research Center of the Russian Academy of Sciences, 75-84. (In Russ.).*
9. Mkrtychyan, G. M., & Blam, I. Yu. (2021). Ekoturizm i prirodohrannaya deyatel'nost' do i posle pandemii COVID-19 [Ecotourism and conservation in time of COVID-19 pandemic and beyond]. *ECO*, 51(2), 25-39. doi: 10.30680/ECO0131-7652-2021-2-25-39.
10. Pegova, O. V., & Shagarov, L. M. (2019). Turizm i turisty na OOPT – put k osoznannosti i ustojchivosti [Tourism and tourists in protected areas – the path to awareness and sustainability]. *Ustojchivoe razvitie osobo ohranyaemykh prirodnykh territorij [Sustainable development of protected natural areas]: The Collection of scientific articles based on the materials of the VI Scientific-Practical Conference. Sochi: Natural Ornithological Park in the Imereti Lowland, 236-241. (In Russ.).*
11. Rogozhin, V. S., & Shevlyakov, D. I. (2019). Ugrozy razvitiya ekoturizma v Rossii [Threats to the development of ecotourism in Russia]. *Nauchnyj almanah Centralnogo Chernozem'ya [Scientific Almanac of the Central Chernozem Region]*, 1, 75-77. (In Russ.).
12. Soldatova, E. V., & Pustynina, D. D. (2017). LOHAS-potrebiteli – drayvery ustojchivogo razvitiya biznesa [LOHAS consumers – the drivers for sustainable business development]. *International conference on modern researches in science and technology: Conference Proceedings. Berlin: Scientific public organization «Professional science», 58-67. (In Russ.).*
13. Trofimov, E. N. (2019). Otvetstvennyj turizm: novyj vzglyad na podgotovku kadrov [Responsible tourism: a new look at personnel training]. *Vyshee obrazovanie segodnya [Higher education today]*, 3, 5-10. doi: 10.25586/RNU.HET.19.03.P.05. (In Russ.).
14. Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, 11(12), 3303. doi: 10.3390/su11123303.
15. Goodwin, H. (2019). Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment. *Tourismus Wissen – quarterly*, 110-114.
16. Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(2), 1-19. doi: 10.1080/09669582.2019.1601732.
17. Manenti, R., Mori, E., Di Canio, V., Mercurio, S., Picone, M., Caffi, M., Brambilla, M., Ficetola, G. F., & Rubolini, D. (2020). The good, the bad and the ugly of COVID-19 lockdown effects on wildlife conservation: Insights from the first European locked down country. *Biological Conservation*, 249. doi: 10.1016/j.biocon.2020.108728.
18. Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and Tourismophobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357. doi: 10.1080/21568316.2019.1599604.
19. Rangus, M., Bozinovski, B., & Brumen, B. (2018). Overtourism and the green policy of Slovenian Tourism. In book: *Responsible Hospitality: Inclusive, Active, Green.* (Gorenak, M., Trdina, A., eds.). Chapter 13. Maribor: University of Maribor Press.

Бейдык Александр Алексеевич

## ПАТРИАРХ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ И ВЫДАЮЩИЙСЯ РОССИЙСКИЙ ХОДОК (к 90-летию со дня рождения Б.Б. Родомана)



29 мая 2021 г. исполняется 90 лет со дня рождения здравствующего и ныне Бориса Борисовича Родомана – выдающегося теоретика и практика географии. Начало его жизни было положено в 1930 г., когда в Крыму (в Феодосии) встретились его будущие родители.

Предпринять попытку сказать несколько слов – искренних и выдержанных – о Борисе Борисовиче сподвигли не только серьезный юбилей, но и его письма, подаренные и подписанные им книги и особенно встречи, которых помнится несколько: в 1977 г. в Пицунде (Грузия, Абхазия), в 1978 г. в Эстонии (Вийтна, Ояээрсе) и на Северном Кавказе (Ставрополь, Домбай, Теберда), в 1981 г. в Москве и в 1982 г. – на защите докторской диссертации Ю.А. Веденина в Институте географии на Старомонетном переулке. Именно тогда, во время беседы с Евгением Наумовичем Перциком,

знаменитый профессор-геоурбанист, преврав разговор, и, указывая на кафедру, к которой подошел Борис Борисович, сказал: «Простите, – Родоман! – это будет интересно!».

Последняя наша встреча с Борисом Борисовичем состоялась в 2007 г. в Киеве, куда он приезжал навестить брата и где в 2011 г. в географическом журнале Киевского университета мы поместили небольшой материал (единственный в Украине) к его 80-летию. Позже, в 2013 г. в Москве вышел сборник научных статей, посвященный юбиляру, куда вошли и статьи украинских географов (профессоров А.Г. Топчиева из Одессы, А.П. Ковалева из Харькова, С.П. Сонько из Умани). К слову сказать, с Украиной Б.Б. Родомана связывает немало: его мать – Александра Михайловна Ткачева родилась в г. Ромны (Сумская область, Украина) 29 мая (как и наш юбиляр) 1897 г. в семье железнодорожника, – позже с родными переехала в г. Лубны (Полтавская область, Украина). Именно мать, имевшая 3 класса образования, передала ему любовь к колоритному украинскому фольклору, к украинским пословицам и поговоркам, литературе (в частности, она зачитывалась популярным в те годы «Романом в Межгорье» Ивана Ле). Отец – Борис Иосифович Родоман – был драматическим актером, играл в ведомственных театрах, а позже – во МХАТе, работал телеграфистом. По словам Бориса Борисовича, его отец «был слабовольным», мать, напротив, имела «буйный нрав».

Борис Родоман родился 29 мая 1931 г. в Москве (а зачат, как он сам вспоминает, в 1930 г. в Феодосии). Как рассказывает Борис Борисович, большую роль в его судьбе (судьбе родителей) «сыграли три большевички» – Н.К. Крупская, Р.С. Землячка и А.М. Коллонтай, которые поддерживали

семью Родомана после переезда в Москву в отношении трудоустройства и получения жилья. В 1939 г., когда Боре Родоману было 8 лет, он с родителями на пароходе проплыл по Днепру и Черному морю, побывал в Ялте и Феодосии. С началом Великой Отечественной войны, в 1941–1943 гг. находился в эвакуации в Омске и Таре.

Борис Борисович был рожден, чтобы стать географом, ибо тяга к постоянному движению как пешехода-натуралиста и наблюдателя за всем происходящим вокруг – бесконечными и неиссякаемыми процессами и явлениями, их тонкими и явными, неожиданными и ожидаемыми взаимосвязями и проявлениями – присуща ему была с рождения. Запоминать и объяснять все происходящее ему всегда помогали не только его редкое образное воображение, но и банальные блокноты, тупые карандаши и бледные чернила. Поистине, принцип «ни дня без черточки» был для него руководящим. К большинству идей, которые позже легли в основу его блестящих публикаций, молодой Борис Родоман пришел именно во время своих постоянных передвижений по Подмосковию, по России, по республикам обширного Советского Союза, а позже – по странам зарубежной Европы, Азии и Гренландии. Именно путешествия всегда были главным источником его теоретических моделей и новых идей.

В 1950 г. Борис Родоман поступает на геофак МГУ и пишет свои первые оригинальные работы, которые и сейчас являются знаковыми. Период 1967–1973 гг. Борис Борисович называет «своим золотым семилетием», а 1974–1983 гг. – «своим серебряным десятилетием». Во время учебы в МГУ Борис Борисович много путешествовал по стране – и во время практик, и самостоятельно. Путешествие 1953 г. по Хибинам ему запомнилось знакомством с Н.Н. Карповым – автором песни «Дым костра создает уют». Он, мечтавший передавать свои идеи студентам, преподавать на геофаке МГУ, который закончил, в 1984 г. был из него «изгнан». Тогда, после смерти его «покровителя» Ю.Г. Саушкина и еще ранее – ухода Н.Н. Баранского (который тоже его поддерживал), против Бориса Борисовича выступили его бывшие ученики и

коллеги. Так чему тут удивляться? Подлость и предательство идут в ногу с порядочностью и верностью: примеры ухода Цезаря и Сократа, А. Радищева и Д. Щербаковского, Я. Смушкевича, Е. Светланова, А. Сахарова и В. Легасова – и не только их – учат нас относиться к ударам ниже пояса иронически и снисходительно, продолжая следовать своей единственной миссии, если, конечно, таковая имеется.

Как-то во время своих публичных монологов Б.Б. Родоман упомянул о долгожителях-географах – ушедших и здравствующих, назвав П.Н. Степанова (1887–1988), Л.Д. Долгушина (1911–2012), И.С. Щукина (1885–1985), М.А. Глазовскую (1912–2016), которые прожили более 100 лет. В мае 2021 г. Б.Б. Родоману исполняется 90. Много горечи и соли ему довелось вкусить в этой жизни, но пока соль и горечь будут у него губах – он будет жить.

У Б.Б. Родомана, как у всякого, наделенного талантливым и независимым характером человека, было немало недоброжелателей, скрытых и явных завистников. Все они давно покинули этот мир, а тех, кого добрым словом вспоминает Борис Борисович, с благодарностью помним и мы. Вот эти имена: В.П. Семенов-Тянь-Шанский, Н.Н. Баранский, Д.Л. Арманд, Ю.Г. Саушкин, Т.М. Калашникова.

В 1954 г., после окончания МГУ Н.Н. Баранский устроил Б. Родомана на работу в Географгиз. В 1958 г. он поступал в аспирантуру геофака МГУ на кафедру физической географии СССР, но провалил экзамены по истории КПСС, а год спустя был принят в аспирантуру Института географии к Д.Л. Арманду. В 1965 г. Борис Борисович возвращается на геофак МГУ, где проработал 19 лет (до 1984 г.), пройдя службу от старшего инженера до старшего научного сотрудника. В 1966 г. в МГУ Борис Борисович защитил кандидатскую диссертацию «Районирование как средство географической характеристики, его логические формы и изображение на карте». С 1986 г. при поддержке Ю.А. Веденина и И.В. Зорина деятельность Бориса Родомана была связана с Лабораторией туризма и экскурсий в Сходне (Московская обл.), а с 1991 г., после ликвидации Лаборатории, – с Московским

институтом развития образовательных систем.

В 1973 г. Б.Б. Родоманом была подготовлена докторская диссертация, но защита в МГУ была провалена, а голосование не набрало даже простого большинства. Старое и среднее поколение географов помнит историю печальных докторских провалов и географов и архитекторов, случившихся и до, и после 1973 г. (А.Е. Федина, Т.Ф. Панченко, В.А. Светлосанов, М.Ш. Ишанкулов, С.Г. Бойченко), которые, как и Борис Борисович, нашли в себе силы подняться и защититься позже. Лишь в 1981 г. Борис Борисович вторично представил докторскую диссертацию к защите, но его намечавшийся оппонент Ю.В. Медведков вознамерился иммигрировать из страны, его лаборатория экологии человека была ликвидирована, а Б.Б. Родомана «отправили на перевоспитание в вечерний университет марксизма». Пусть эти примеры будут напоминаям о том, что способность держать цель и быть заточенным на результат никто не отменял. Напомним, что в 1990 г. в Институте географии АН СССР Б.Б. Родоман защитил докторскую диссертацию – главную работу своей жизни на тему «Объективные процессы формирования ареалов и рациональная организация территории для охраны природы и рекреации».

В 1992 г. по приглашению В.А. Шупера Борис Борисович читал курс лекций на географическом факультете Российского открытого университета. С 2007 г. и до последнего времени Б. Б. Родоман работал ведущим научным сотрудником Российского НИИ культурного и природного наследия имени Д.С. Лихачева. Вряд ли найдется еще один географ, подобный Борису Родоману, который на протяжении почти 90 лет с такой достоверностью и тщательностью фиксировал бы свои передвижения по планете. Далеко не все пройденные с 1933 г. (когда ему было 2 года) и опубликованные маршруты включают около 60 стран. За свою долгую и продолжающуюся жизнь он прошагал, проехал, проплыл, налетал сотни тысяч километров, посетив уже в почтенном возрасте Индию, Исландию и Гренландию. Все это сформировало

Б. Б. Родомана и как непревзойденного полевика-экспедиционщика и наблюдателя, и как фундаментального теоретика и научного стратега. «Раз в год бывайте там, где вы никогда не были» – советовал Далай Лама. Борис Борисович на протяжении своей текущей и сейчас жизни ежегодно посещал десятки великолепных мест – рефлексии, навеянные воспринятыми ландшафтами и городами, конвертировались впоследствии в его оригинальные теории и книги. А все начиналось с дорог, которые еще в детстве и отрочестве он проходил со своей мамой и отцом – «путешествие длиною в жизнь начинается с единственного шага» (Лао-Цзы).

Следует сказать и о том, что Б.Б. Родоман своей пульсацией в природной и научной среде формировал рекреационную географию и географию туризма, которые в социальной сфере и образовании позже официально оформились в новые научно-практические направления. В числе отцов-основателей рекреационной географии мы объективно называем В.С. Преображенского, Н.В. Багрова, Ю.А. Веденина, Н.П. Крачило, И.В. Зорина, В.П. Чижову, хотя пионерные работы Бориса Родомана по рекреации и туризму датируются еще 1967–1971 годами, что объективно ставит его в первую шеренгу рекреационных географов.

Жизнь – короткая или долгая – наполненная смыслом и страстями, протекает стремительно: со дня нашей первой встречи знакомства в мае 1977 г. в спортлагере МГУ «Солнечный» (2-е ущелье, Пицунда, Абхазия, Грузия), когда Б. Родоману было 46 лет, прошло немногим менее полувека. Тогда, в ущелье черноморской Пицунды на научную школу собралась целая россыпь интеллектуалов и людей неординарных, в числе которых – геоботаник А.Г. Воронов (1911–1995), философ Э.В. Гирусов (1932–2019), профессор Тартуского университета, эколог, «один из последних энциклопедистов Эстонии» В.В. Мазинг (1925–2001), – и одним из самоцветов этой россыпи был Борис Борисович. Мы, зеленые, как планктон, путались под ногами этих, уже набравших мощь гигантов, не понимая, слава Богу, кто мы и кто – Они.

Часто судьба талантливым людям не позволяет реализовать и одной тысячной их потенциала, но такова несослагательная реальность бытия. Не минула чаша сия и Б. Родомана – он не опубликовал и одной сотой своих идей и опыта пройденных дорог. В какой-то символической мере это невысказанное сглаживают 13 бесед, выложенных в You Tube в 2013 г. в рамках общедоступного сетевого архива фонда «Устная история». К слову, во время последней беседы Борис Борисович, назвав себя «этнографическим феноменом умирающей русской культуры» и «объектом культурного наследия», упомянул о бессмысленности каких-либо формулировок, а об итогах своей жизни сказал, «что они близки к нулю». Конечно, это не так, но подобная самокритичность пусть воспринимается как пример и доброжелательный совет для подрастающего поколения. Большинство родственников душ, коллег и учеников связывают имя Б. Родомана с его работами, посвященными моделям сетевого поляризованного ландшафта и другим проектам территориального симбиоза природы и человека, пейзажам России, логическим и картографическим формам районирования, поляризованной биосфере, территориальным ареалам и сетям. Особое место в наследии Б. Родомана занимает фундаментальная работа «Центральная Россия». Нам близки и понимаемы позиции Бориса Борисовича об условиях творчества и организации научного труда, о создании Института россиеведения, о роли воображения и наглядно-мысленных моделей в творческом процессе. Почитателям таланта Бориса Борисовича известны и его негеографические работы, например, «Семинары любви», «Под открытым небом», «Шеф и его подруга».

Напомним и о том, что стиль не только его научных статей, но и изложения научно-популярных и публицистических работ (опубликовано около 500 работ различного свойства), афоризмы Бориса Борисовича (например, «мышление, если оно правильно развито, всегда приводит к тому, что уже изобретено на Западе», «ничто так не мешает работе, как присутствие на работе», «мои наблюдения позволили мне

выделить 3 типа ельников: ельники-зеленомошники, ельники-мертвопокровники и ельники-сексуальники») – лепта в копилку развития русского языка.

Заслуживают уважения и работы Бориса Борисовича по регионалистике – ведь в активный период своей жизни он побывал в 80 регионах Российской Федерации и во всех союзных республиках бывшего СССР, аналитика и восприятие которых отразились в его публикациях и книгах. Особое восхищение у него вызывали Подмоскovie и Камчатка. Близок ему был и северо-запад России – путешествия по этим патриотическим для страны землям, впоследствии были воплощены в его воспоминания, книги, научно-популярные работы («Плесы Топозера», «Новый Валаам», «Шрам на теле России (о проекте «высокоскоростной» железнодорожной магистрали Москва–Петербург»). В Пскове, Новгороде, Санкт-Петербурге, Архангельске, Коми, Корелии, на Кольском п-ове Борис Родоман бывал и в молодости (1958, 1961, 1964, 1969 гг.), и в зрелые годы (1970, 1973, 2002, 2008 гг.). Кровным и близким Борису Борисовичу остается и Слобожанщина (Украина), особенно Полтавская и Сумская области, где он не раз бывал и откуда родом его мать.

... Прошло 10 лет, как мы в Украине, на страницах одного университетского журнала благодарно писали о Борисе Борисовиче Родомане в год его 80-летия. С тех пор Земля еще 10 раз обогнула «звезду по имени Солнце» и землянин Борис Родоман еще дальше ушел от среднестатистической по России продолжительности жизни. Мы, почитатели его оригинального таланта, читатели его блестящих работ, соратники по научным и практическим пленэрам желаем дорогому Борису Борисовичу продолжать свой земной путь на радость всем, кто его знает, чувствует и понимает.

Некорректно сравнивая последний отрезок любой насыщенной жизни с «эффектом Доплера», когда ценность каждого прожитого дня и года, по мере приближения кончины, ощутимо повышается, можно лишь констатировать, что скорее всего, многие наши проекты и фантазии, как и 500 родомановских папок, останутся лишь таковыми.